



UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA



FICHA DE COMPONENTE CURRICULAR

CÓDIGO:	COMPONENTE CURRICULAR: COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR	
UNIDADE ACADÊMICA OFERTANTE: FACULDADE DE GESTÃO E NEGÓCIOS		SIGLA: FAGEN
CH TOTAL TEÓRICA: 60 horas	CH TOTAL PRÁTICA: - horas	CH TOTAL: 60 horas

1. **OBJETIVOS**

Expor ao aluno a necessidade de compreender o comportamento do consumidor antes de tomar as decisões mercadológicas.

2. **EMENTA**

O processo de decisão do consumidor; determinantes individuais do comportamento do consumidor; influências externas no comportamento do consumidor e utilizando o conhecimento sobre o consumidor para moldar o comportamento.

3. **PROGRAMA****1. O Processo de Decisão do Consumidor**

1.1. Processos pré-compra.

1.2. Compra e consumo.

1.3. Processos pós-compra.

2. Determinantes Individuais do Comportamento do Consumidor

2.1. Personalidade.

2.2. Valores.

2.3. Demografia.

2.4. Estilo de vida.

2.5. Motivação e necessidade.

2.6. Conhecimento e aprendizagem.

2.7. Sentimentos.

2.8. Atitude.

2.9. Crença.

2.10. Intenções.

2.11. Sensação e percepção.

3. Influências Externas no Comportamento do Consumidor

- 3.1. Cultura e subcultura.
- 3.2. Classe social.
- 3.3. Influências grupais e pessoais.
- 3.4. Influências familiares e domiciliares.
- 3.5. Comunicação boca a boca.

4. Utilizando o Conhecimento sobre o Consumidor para Moldar o Comportamento

- 4.1. Entrando em contato.
- 4.2. Interferindo na opinião.
- 4.3. Promovendo a lembrança.

4. BIBLIOGRAFIA BÁSICA

1. BLACKWELL, R. D.; MINIARD, P. W.; ENGEL, J. F. **Comportamento do consumidor**. São Paulo: Cengage Learning, 2008.
2. SHETH, J. N.; MITTAL, B.; NEWMAN, B. I. **Comportamento do cliente: indo além do comportamento do consumidor**. São Paulo: Atlas, 2001.
3. SOLOMON, M. R. **O comportamento do consumidor: comprando, possuindo e sendo**. 9. ed. Porto Alegre: Bookman, 2011.

5. BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

1. GIGLIO, E. M. **O comportamento do consumidor**. 2. ed. São Paulo: Pioneira, 2002.
2. KARSAKLIAN, E. **Comportamento do Consumidor**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2000.
3. MOWEN, J. C.; MINOR, M. **Comportamento do consumidor**. São Paulo: Prentice Hall, 2003.
4. SCHIFFMAN, L. G.; KANUK, L. L. **Comportamento do Consumidor**. Rio de Janeiro: LTC, 2009.
5. UNDERHILL, P. **Vamos às compras!: a ciência do consumo**. 9. ed. Rio de Janeiro: Campus, 1999.

6. APROVAÇÃO

Prof. Dr. Jean Carlos Domingos
Coordenador do Curso de Graduação em Gestão
da Informação

Profª Drª Kárem Cristina de Sousa Ribeiro
Diretora da Faculdade de Gestão e Negócios



Documento assinado eletronicamente por **Jean Carlos Domingos, Coordenador(a)**, em 20/11/2019, às 10:47, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



Documento assinado eletronicamente por **Kárem Cristina de Sousa Ribeiro, Diretor(a)**, em 06/12/2019, às 15:11, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).

A autenticidade deste documento pode ser conferida no site
https://www.sei.ufu.br/sei/controlador_externo.php?



[acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0](#), informando o código verificador **1660334** e o código CRC **0E6FFB36**.

Referência: Processo nº 23117.094672/2019-84

SEI nº 1660334