

COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR

Ementa

Aspectos que influenciam o comportamento do consumidor. Papéis do comprador. Sociedade de consumo. Processo de compra físico e virtual: diferenças e semelhanças. Diversas etapas do processo de compra. Aspectos psicológicos do consumo. o consumo na era digital: influenciadores e comunidades. Pesquisa como ferramentas de entendimento do processo de compras. Pesquisa no ambiente virtual. Ferramentas e metodologias usadas para compreender o consumidor. Ambiente digital e virtual e o comportamento do consumidor. arquétipos psicológicos dos consumidores. Impactos do ambiente virtual sobre a sociedade, a cultura e o consumo. Jornada do consumidor. Experiência do cliente nos processos de compra digital. Relação dos consumidores com as empresas, marcas e outros grupos de consumidores.

Plano de Aula

1. Evolução do comportamento do consumidor
2. Processo de decisão do consumidor
3. Pesquisa e análises sobre o consumidor
4. Netnografia
5. Jornada e experiência do cliente

Bibliografia

BRIDGER, Darren. Neuromarketing: como a neurociência aliada ao design pode aumentar o engajamento e a influência sobre os consumidores. Belo Horizonte: Autêntica Business, 2018. DA SILVA, Helder Haddad Carneiro et al. Comportamento do consumidor e pesquisa de marketing. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2018.

EYAL, Nir. Hooked (Engajado) - Como construir produtos e serviços formadores de hábitos. São Paulo, Alfacon, 2021. GABRIEL, Martha. Marketing na era digital: conceitos, plataformas e estratégias. São Paulo: Novatec, 2010. KOTLER, Philip; KARTAJAYA, Hermawan; SETIAWAN, Iwan.

Marketing 4.0:

Bergerak dari Tradisional ke Digital. Gramedia Pustaka Utama, 2019.KOZINETTS, Robert V. Netnografia: realizando pesquisa etnográfica online.

Porto Alegre: Penso, 2014.LINDSTROM, Martin. A lógica do consumo: verdades e mentiras sobre por que compramos. 2. ed. São Paulo, HarperCollins Brasil, 2017.PINHEIRO, Roberto Meireles. Comportamento do consumidor. Rio de Janeiro:

Editora FGV, 2015.ROWLES, Daniel. Digital Branding: Estratégias, táticas e ferramentas para impulsionar o seu negócio na era digital. Belo Horizonte: Autêntica Business, 2019.