



Universidade Federal de Santa
Catarina

Centro de Comunicação e
Expressão

Curso de Graduação em Design

PLANO DE ENSINO

2023.2

Código: EGR 7114	Disciplina: Comportamento do Consumidor e Economia	
Fase: Design: 3º Fase Design de Produto: 4º fase	Pré-requisito: Não há	Equivalência: Para o curso de Design: EGR 7727
Tipo: Obrigatória	Conjunto: Não há	Aulas semanais: 1 aula de 2 créditos
Carga horária semestral: 36h	Teórica: 26h	Prática: 10h
Professora: Rochelle Cristina dos Santos		Email: rochelle.ufsc@gmail.com

Ementa	Perfil do consumidor. Processo de compra. Segmentação e Posicionamento de Mercado. Posicionamento e mix de comunicação.
Objetivos da Disciplina	Permitir que a(o) aluna(o) compreenda as variáveis antropológicas, psicológicas e sociológicas que exercem influência no Comportamento do Consumidor considerando que as implicações desse Comportamento direcionam as estratégias de criação no design.
Conteúdo Programático	1. Sociedade de Consumo; 2. Marketing e Comportamento do Consumidor; 3. Perfis de Consumidores.
Metodologia	Aulas expositivas. Uso de slides em sala de aula (projeção); Indicação de leitura de textos (enviados via moodle); Estímulo ao debate entre discentes e docentes; Solicitação de apresentações expositivas, em sala de aula, de tarefas solicitadas previamente
Avaliação	Unidade I: 2 Tarefas a serem realizadas em dupla ou trio. Peso 15% da média Unidade 2: 2 tarefas a serem realizadas em dupla ou trio. Peso de cada tarefa: 15% da média cada uma.

	<p>Unidade 3: *Trabalho final (em equipe): A professora vai definir temas para realização de uma pesquisa e apresentação de perfis de consumo. Este trabalho poderá ser solicitado em etapas com as datas, e percentuais de notas, previamente definida(o)s. Peso do trabalho final 40% da média (Questionário: 5% / tabulação: 1 5% / tabulação 2: 5% / Relatório 10% / Apresentação 15%)</p>
<p>Bibliografia</p>	<p>BÁSICA</p> <p>COBRA, Marcos. Marketing Básico. São Paulo: Atlas, 1997. CHURCHILL, Gilbert; PETER, J. Paul. Marketing, criando valor para o cliente. São Paulo: Saraiva, 2000.</p> <p>LAS CASAS, Alexandre. Marketing, casos, testes e exercícios. São Paulo : Atlas, 1998.</p> <p>PICKAR, ROGER. Marketing para empresas de diseño de proyectos. Barcelona, Gustavo Gili, 1997.</p> <p>COMPLEMENTAR</p> <p>BAUMAN, Zygmunt. Capitalismo parasitário: e outros temas contemporâneos.</p> <p>GARCIA CANCLINI, Nestor. Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização. Rio de Janeiro (RJ): Ed. da UFRJ, 1995.</p> <p>DOOLEY, Roger. Como influenciar a mente do consumidor: 100 maneiras de convencer os consumidores com técnicas de neuromarketing. São Paulo: Elsevier, 2012. 280 p.</p> <p>MORACE, Francesco. Consumo Autoral. São Paulo: Estação das letras e cores. 2012. 2º ed.</p>
<p>Cronograma</p>	<p>1 07/08/23</p> <ul style="list-style-type: none"> - Apresentação da disciplina; - Explicação do plano de ensino; - Panorama geral dos conteúdos a serem trabalhados ao longo do semestre; <p>2 14/08/23</p> <ul style="list-style-type: none"> - Introdução ao conteúdo da unidade 1: Sociedade de Consumo * Consumo e Cultura Material; * Modernidade e Consumo. <p>3 21/08/23</p> <ul style="list-style-type: none"> - Unidade 1: Sociedade de Consumo * Revolução Industrial, Capitalismo e Consumo. <p>4 28/08/23</p> <ul style="list-style-type: none"> - Unidade 1: Apresentação da Tarefa 1. <p>5 04/09/23</p> <ul style="list-style-type: none"> - Unidade 1: Consumidores e cidadãos

	Solicitação da tarefa
	<p>6 11/09/23</p> <p>- Unidade 2: Introdução ao conteúdo Marketing e Comportamento do Consumidor * 4 P's / 4 C's / 4 E's</p>
	<p>7 18/09/23</p> <p>- Unidade 2: Continuação do conteúdo Marketing e Comportamento do Consumidor * Segmentação e Dados Demográficos</p>
	<p>8 25/09/23</p> <p>- Unidade 2: Continuação do conteúdo Marketing e Comportamento do Consumidor * Pesquisa quantitativa e Qualitativa * Solicitação da primeira etapa do trabalho (elaboração de questionário)</p>
	<p>9 02/10/23</p> <p>- Unidade 2: Continuação do conteúdo Marketing e Comportamento do Consumidor * Etnografia e Comportamento do Consumidor; * Solicitação da publicação do questionário.</p>
	<p>10 09/10/23</p> <p>- Unidade 2: Continuação do conteúdo Marketing e Comportamento do Consumidor * Orientações para tabulação. Solicitação do início da Tabulação</p>
	<p>11 16/10/23</p> <p>- Unidade 3: Perfis de Consumidores * Perfis geracionais</p>
	<p>12 23/10/23</p> <p>- Unidade 3: Perfis de Consumidores * Perfis psicográficos * Perfis relacionados ao uso de tecnologias Primeira entrega da tabulação</p>
	<p>13 30/10/23</p> <p>- Unidade 3: Perfis de Consumidores Neuromarketing</p>
	<p>14 06/11/23</p> <p>- Unidade 3: Perfis de Consumidores * Neuromarketing * Entrega oficial da Tabulação e interpretações dos questionários.</p>

	15 13/11/23 Orientações para o trabalho final
	16 20/11/23 SEMANA ACADÊMICA
	17 27/11/23 Apresentação do trabalho final
	18 04/12/23 Recuperação
A DESPONTA - Semana Acadêmica de Design e Design de Produto será realizada entre os dias 20 e 24 de novembro. Contará como dia letivo e está considerada neste plano de ensino, conforme informado no cronograma.	