



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DE MINAS GERAIS
CURSO DE PÓS-GRADUAÇÃO *LATO SENSU* EM GESTÃO

FAZENDA VARGINHA – KM 05 – ROD. BAMBUÍ/ MEDEIROS – CAIXA POSTAL 05 - BAMBUÍ-MG CEP 38900-000 TEL: (37) 3431.5411/5413 – E-MAIL: posgestao.bambui@ifmg.edu.br

AV. PRIMEIRO DE JUNHO, 1043 – CENTRO – CAIXA POSTAL 02 – SÃO JOÃO EVANGELISTA-MG CEP 39705-000 TEL: (33) 3412-2900 – E-MAIL: cre.sje@ifmg.edu.br

COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR E PESQUISA DE MERCADO

Nível: Pós-Graduação Lato-Sensu - **Obrigatória:** Sim - **Carga Horária:** 30 - **Créditos:** 02

Ementa: Consumo; Processo de tomada de decisão do consumidor; Fatores que influenciam o comportamento do consumidor; Pesquisa de mercado.

Referências:

Bibliografia Básica:

ANDRADE, L. M. **Comportamento do consumidor:** um olhar crítico sobre como e por que consumimos. Curitiba: Intersaberes, 2020 (acervo eletrônico).

FOGGETTI, C. (org). **Comportamento do consumidor e pesquisa de mercado.** São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2019 (acervo eletrônico).

LUZ, V. V. **Comportamento do consumidor na era digital.** Curitiba: Contentus, 2020 (acervo eletrônico).

Bibliografia Complementar:

HAFFNER, J. A. H. **Microeconomia.** Curitiba: Intersaberes, 2013 (acervo eletrônico).

PAIXÃO, M. V. **A influência do consumidor nas decisões de marketing.** Curitiba: Intersaberes, 2012 (acervo eletrônico).

RIBEIRO, L. (org.). **Marketing social e comportamento do consumidor.** São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2015 (acervo eletrônico).

SAMARA, B. S.; MORSCH, M. A. **Comportamento do consumidor**: conceitos e casos. São Paulo: Prentice Hall, 2005 (acervo eletrônico).

WIND, Y.; MAHAJAN, V., GUNTHER, R. **Marketing de conveniência**: estratégias para conquistar o novo consumidor. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2003 (acervo eletrônico)..

Em 23/12/2021



Érik Campos Dominik

Presidente da Comissão Central do curso de PGLSG