



- IDENTIFICAÇÃO:

Disciplina: **Comportamento Consumidor (RAD 1402)**

Curso: Administração

Duração: Semestral

Semestre: 9º

Carga Horária: 30h

Horários: 4ª (20:50 – 22:30) Noturno - 6ª (10:00 – 11:40) Diurno

Ano Letivo: 2023

Aulas Semanais: 2 (duas)

- OBJETIVO:

Identificar as principais influências no processo e jornada de compra do consumidor.

- PROGRAMA:

1. Comportamento consumidor e estratégias marketing; 2. Fatores de influência do comportamento consumidor; 3. Captação, qualificação e conversão consumidores em clientes; 4. Jornada de compra do consumidor.

- RESPONSÁVEL: Paulo Sergio Miranda Mendonça (✉ paulomiranda@usp.br;
☎ 99770 4249)

- PROCEDIMENTOS DE ENSINO:

Na disciplina serão utilizados os seguintes métodos de exposição do conteúdo: seminários; estudo de casos; envolvimento na discussão de todos os participantes da disciplina; leitura de textos em casa; assistir aulas gravadas e palestras.

- AVALIAÇÃO:

A avaliação será realizada mediante uma prova (50%), e a nota dos Trabalhos em equipe (50%). O aluno também precisa obter no mínimo 70% de presença na disciplina. A reavaliação será aplicada a alunos com média final igual ou superior a três (3,0), e inferior a cinco (5,0), e será calculada mediante média aritmética simples, com base na média semestral e a nota da prova de reavaliação. Estará aprovado na disciplina o aluno com média igual ou superior a cinco (5,0).

- REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

KOTLER, P.; KELLER, L. K. Administração de Marketing. 14ª Ed., Pearson, 2012

HAWKINS, D.L.; MOTHERSBAUGH, D, L.; BEST, R.J. **Comportamento do Consumidor:** construindo a estratégia de marketing. 13ª edição. Elsevier, 2019.



UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO – USP
FACULDADE DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO E CONTABILIDADE DE RIBEIRÃO PRETO – FEARP
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO - RAD

SOLOMON, M.R.; Comportamento do Consumidor, Porto Alegre, Bookman, 2016.
SHETH, J.N.; MITTAL, B.; NEWMAN, B.I **Comportamento do Cliente**: indo além do comportamento do consumidor. São Paulo: Editora Atlas, 2001.

UNDERHILL, P. **Vamos às compras**. RJ: Campus, 2009.

ALVAREZ, F. J. S. M. Gestão estratégica de clientes: Key Account Management. SP: Saraiva, 2014.

ROSS, A; TYLER; M. T. Receita previsível: como implantar a metodologia revolucionária de vendas outbound. SP: autêntica business. 2017.

Ribeirão Preto/SP, 08 de agosto de 2023.