

<b>Nome da disciplina</b>		MARKETING E CONSUMO			
<b>Sigla</b>	SLMADMKC	<b>Créditos</b>	2	<b>Disciplina obrigatória</b>	NÃO
<b>Linha de pesquisa de referência</b>		ESTRATÉGIA E SISTEMAS			
<p><b>Ementa:</b> Histórico do marketing. O papel de marketing nas organizações contemporâneas. Marketing e sociedade. Teoria Transformativa do Consumidor. Marketing na atualidade e os futuros do marketing. Pesquisas em marketing.</p>					
<p><b>Bibliografia:</b>  ALBUQUERQUE, F.; PEREIRA, R.; BELLINI, C. Do repertório de comportamentos do consumidor: retaliação e vingança no ciberespaço. <b>Revista de Administração (R.Adm.)</b>, v. 46, n. 2, 2011.  ALMEIDA, G.; ÁSSIMOS, B.; BATINGA, G.; PINTO, M. Idosos de baixa renda e o consumo de crédito: uma análise sobre as riquezas dessa relação sob o olhar do marketing. <b>Sociedade, Contabilidade e Gestão</b>, Rio de Janeiro, v. 15, n. 1, 2020.  ARAÚJO, L.; COUTINHO, M.; ARAÚJO-MORAIS, L.; SIMEÃO, S.; MACIEL, S. Preconceito frente à obesidade: representações sociais veiculadas pela mídia impressa. <b>Arquivos Brasileiros de Psicologia</b>, v. 70, n. 1, 2018.  BACELLAR, F.; IKEDA, A. Evolução do ensino de marketing: um breve histórico. <b>Organizações &amp; Sociedade (O&amp;S)</b>, Salvador, v. 18, n. 58, 2011.  BARBOSA, L.; CAMPBELL, C. (org.). <b>Cultura, consumo e identidade</b>. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006.  BAUMAN, Z. <b>Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadoria</b>. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2008.  BENSON, A. <b>I shop, therefore I am: compulsive buying and the search for the self</b>. Northvale: Jason Aronson, 2000.  BOVE, L. L.; NAGPAL, A.; DORSETT, A. D. S. Exploring the determinants of the frugal shopper. <b>Journal of Retailing and Consumer Services</b>, n. 16, 2009.  COELHO, P. F. C. A pesquisa transformativa do consumidor: reflexões e diretrizes para pesquisadores brasileiros. <b>Economia &amp; Gestão</b>, v. 15, n. 40, p. 4–27, 2015.  COELHO, P.; ABREU, N. As consequências das falhas nos encontros de serviço em shopping centers: um estudo com consumidores deficientes visuais. <b>Revista Brasileira de Marketing (ReMark)</b>, v. 16, n. 2, 2017.  COLLINS, J.; HUSSEY, R. <b>Pesquisa em administração: um guia prático para alunos de graduação e pós-graduação</b>. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.  D'ANGELO, A. A ética no marketing. <b>Revista de Administração Contemporânea (RAC)</b>, v. 7, n. 4, out./dez. 2003.  DEBORD, G. <b>A sociedade do espetáculo</b>. Rio de Janeiro: Contraponto, 2008.  FARIA, M.; CASOTTI, L.; CARVALHO, J. Vulnerabilidade e invisibilidade: um estudo com consumidores com síndrome de Down. <b>Gestão &amp; Regionalidade</b>, v. 34, n. 100, 2018.  FLORIANO, M. D. P.; CEZAR, B. G. S.; SILVA, A.; CORSO, K. B. Orientação para comparação social e uso do Facebook como influenciadores da atitude materialista de consumidores brasileiros. <b>Revista Alcance</b>, v. 2, p. 147–164, 2020.  HASSEY, D.; SMITH, M. Compulsive buying: an examination of the consumption motive. <b>Psychology &amp; Marketing</b>, v. 13, n. 8, 1996.  LEITE, P. et al. Validação e aferição de fidedignidade da versão brasileira da Compulsive Buying Scale. <b>Revista de Psiquiatria Clínica</b>, v. 39, n. 3, 2012.  LEITE, R. et al. “Mocinho” ou “bandido”? o marketing e suas relações com a sociedade no “fio da navalha”. <b>Economia &amp; Gestão</b>, Belo Horizonte, v. 15, n. 40, 2015.  MATOS, C.; BONFANTI, K. Comportamento compulsivo de compra: fatores influenciadores no público jovem. <b>REGE – Revista de Gestão</b>, n. 23, 2016.</p>					

MELO, F.; FARIAS, S.; KOVACS, M. Estereótipos e estigmas de obesos em propagandas com apelos de humor. **Organizações & Sociedade (O&S)**, Salvador, v. 24, n. 81, 2017.

OGANDO, T.; SOUSA, C. Consumo de moda infantil e a adultização precoce de crianças. In: **Anais do XLIII EnANPAD**. São Paulo, 2019.

OLIVEIRA, S.; MORETTI, S.; SILVA, L. Os primeiros estudos em marketing: a influência da filosofia e das ciências nos primeiros estudos em marketing. **Brazilian Journal of Marketing (BJM) / Revista Brasileira de Marketing (ReMark)**, v. 16, n. 4, 2017.

OZANNE, J.; PETTIGREW, S.; CROCKETT, D.; FIRAT, A.; DOWNEY, H.; PESCU, M. The practice of transformative consumer research: some issues and suggestions. **Journal of Research for Consumers**, v. 19, p. 1–7, 2011.

PASDIORA, M.; BREI, V. A formação do hábito de consumo infantil. **Organizações & Sociedade (O&S)**, Salvador, v. 21, n. 68, 2014.

PEREIRA, B.; AYROSA, E.; OJIMA, S. Consumo entre gays: construção da identidade homossexual através do consumo. **Cadernos EBAPE.BR**, v. 4, n. 2, 2006.

PINTO, M. et al. Transformative consumer research: reflexões e análise do campo no Brasil. **RIMAR**, Maringá, v. 6, n. 2, 2016.

REBOUÇAS, S. M. D. P.; CORREIO, S. D. F.; NOGAMI, V. K. C.; QUEZADO, I. Menos é mais? Um estudo sobre materialismo e anticonsumo. **Pretexto**, Belo Horizonte, v. 15, n. 4, 2014.

RECK, D.; BASSO, K. Comportamento de compra por impulso em sites de compras coletivas. **Revista Gestão Organizacional**, v. 11, n. 1, 2018.

REIBSTEIN, D. J.; DAY, G.; WIND, J. Guest editorial: is marketing academia losing its way? **Journal of Marketing**, v. 73, n. 4, p. 1–3, jul. 2009.

RICHERS, R. O marketing do futuro ou o futuro do marketing? **Revista de Administração (USP)**, v. 21, n. 4, p. 9–22, out./dez. 1986.

RUST, R. T.; MOORMAN, C.; BHALLA, G. Rethinking marketing. **Harvard Business Review**, v. 88, n. 1, 2010.