

## PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO – PPA



UNIVERSIDADE ESTADUAL DE MARINGÁ – UEM  
Centros de Ciências Sociais Aplicadas - Departamentos de Administração  
Av. Colombo, 5.790 – Zona 07 – 87020-900 – Maringá – Pr. –  
Fonefax: (44) 3261-4976 / 3261-4941

### PLANO DE ENSINO

CARGA HORÁRIA	CRÉDITOS	CÓDIGO	SEM./ANO
60 H/A	04	4081	2 de 2012

**DISCIPLINA:** Cultura e Consumo

**PROFESSORA:** Olga Maria Coutinho Pépece

#### EMENTA:

Estudo dos conteúdos que permitam compreender o comportamento das pessoas enquanto consumidoras no mundo contemporâneo considerando para tanto questões culturais, do universo simbólico, de estilo, de racionalidade, sociais de pertencimento e distinção, grupos de referência e contextos de consumo.

#### CONTEÚDO PROGRAMÁTICO:

- 1) Nascimento da Cultura de Consumo - Origens históricas da Cultura de Consumo;
- 2) Sociedade de Consumo;
- 3) Comportamento do Consumidor e Racionalidade
- 4) Relações sociais e Consumo
- 5) Gosto e Distinção
- 6) Consumerismo
- 7) Commodities e Consumo Simbólico
- 8) Contextos do Consumo

#### AVALIAÇÃO:

A avaliação será composta por três atividades complementares:

- 1) Apresentação de seminários sobre os tópicos da disciplina (25% da nota) – individual
- 2) Participação em sala de aula (25% da nota) - individual
- 3) **Elaboração de artigo sobre tema tratado na disciplina (50% da nota) - individual**

#### ORIENTAÇÕES:

- 1) Apresentação de Seminários sobre os tópicos da disciplina:

1.a) Toda aula dois alunos ficarão responsáveis pela apresentação do(s) tópico(s) do conteúdo da disciplina designado(s) pela professora.

1.b) A definição do(s) tópico(s) do conteúdo da disciplina a ser(em) apresentado(s) será definida sempre com uma semana de antecedência.

1.c) Cada um dos dois alunos responsáveis pelo seminário terá uma atividade específica a ser cumprida. Um dos alunos deverá apresentar uma síntese das leituras definidas construindo o raciocínio da apresentação como se constrói uma revisão teórica e deverá contextualizar histórica e socialmente os principais conceitos dos autores lidos bem como apresentar um breve histórico dos autores (data e local de nascimento e, se for o caso, morte; última obra, obra mais importante). Um dos alunos deverá levantar e apresentar dois artigos recentes publicados em periódicos consagrados que tratem do tema da aula articulando as ideias das publicações atuais com a básica do tema indicada pela professora e justificando a adequação da escolha dos textos apresentados e indicados como leitura. A definição e disponibilização dos dois artigos escolhidos deverá ser feita sempre na aula anterior à apresentação para que a turma tenha tempo hábil de ler os artigos.

1.d) As apresentações deverão ser feitas em powerpoint.

2) Participação em sala de aula: consiste na elaboração/resposta de perguntas pertinentes ao conteúdo da aula; em trazer conteúdos complementares e indicar novas referências sobre o tema discutido na aula.

3) Elaboração de Artigo sobre tema tratado na disciplina.

3.a) Formato para entrega do artigo:

Entre 10 e 17 páginas em papel A4, com margens superior de 3 cm; inferior de 2 cm; direita de 2 cm; esquerda de 3 cm. Fonte: Times New Roman, tamanho 12. Espaçamento: simples com parágrafo justificado. A paginação deverá ser inserida no rodapé com alinhamento ao lado direito. As notas devem ser colocadas como notas de final de texto. Tabelas, figuras, citações e referências bibliográficas deverão seguir o formato da American Psychological Association (APA).

3.b) Todos os artigos deverão contar com pesquisa de campo. Não serão aceitos artigos de revisão bibliográfica.

## **BIBLIOGRAFIA:**

### **BÁSICA:**

ADORNO, T. **Indústria cultural e sociedade**. São Paulo: Paz e Terra, 2002.

BARBOSA, L. **Sociedade de Consumo**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2004.

LIMA, D. N. de O. **Consumo: uma perspectiva antropológica**. Petrópolis: Vozes, 2010.

SASSATELLI, R. **Consumer culture: history, theory and politics**. USA: Sage, 2007.

SCHOR, J. B.; HOLT, D. B. **Consumer society reader**. New York: The New Press, 2000.

STREHLAU, S. **Marketing do luxo**. São Paulo: Cengage Learning, 2008.p.140

COMPLEMENTAR:

BELK, R. "Possessions and the Extended Self". **Journal of Consumer Research**, Vol. 15, September, 1988. P.139-168.

DOUGLAS, M. E; ISHERWOOD, B. **The world of goods**. New York: Basic Books, 1979.

ENGEL, J., Blackwell, R. e Miniard, P., **Comportamento do Consumidor**, Nona Edição, Thomson, São Paulo, 2005.

GIGLIO, E. M. **O comportamento do consumidor**. 4ª Ed. São Paulo: Cengage Learning, 2010.

LIMEIRA, T. M. V. **Comportamento do consumidor brasileiro**. São Paulo: Editora Saraiva, 2008.

LIPOVETSKY, G.; ROUX, E. **O luxo eterno: da idade do sagrado ao tempo das marcas**. São Paulo: Companhia das Letras, 2005. 200p.

LURY, C. **Consumer culture**. New Jersey: Rutgers University Press, 1996.

MOWEN, J. e Minor, M., **Comportamento do Consumidor**, São Paulo: Prentice Hall, 2000.

SCHIFFMAN L. G. e Kanuk, L.L. **Comportamento do Consumidor**. 6ª Edição, Livros Técnicos e Científicos Editora, Rio de Janeiro, 2000.

SLATER, D. **Cultura do consumo e modernidade**. São Paulo: Nobel, 2002.

SHETH, J; Mittal, B. e Newman, B. **Comportamento do Cliente**. São Paulo: Atlas, 2001.

SOLOMON, M. **Comportamento do Consumidor**. 5ª Edição, Bookman, 2002.

TIAN, K. E BELK, R., "Extended Self and Possessions in the Workplace". **Journal of Consumer Research**, Vol. 32, September 2005. P.297-310

WILKIE, W. **Consumer Behavior**. 3ª edition, New York, Wiley, 1994.

Encontro	Atividade	Apresentação
1) 22/08/2012	Apresentação da disciplina; definição de responsáveis para apresentação de	Professora

	seminários.	
2) 29/08/2012	Seminário: Nascimento da Cultura de Consumo - Origens históricas da Cultura de Consumo	Mestrandos
3) 05/09/2012	Seminário: Sociedade de Consumo	Mestrandos
12/09/2012 Excepcionalmente não haverá aula. Congresso Encontro de Estudos Sobre o Consumo		
4) 19/09/2012	Discussão de temas para construção de artigos. (Leitura mínima de 5 artigos sobre o tema escolhido).	Mestrandos
5) 26/09/2012	Seminário: Comportamento Consumidor e Racionalidade	Mestrandos
6) 03/10/2012	Apresentação e discussão do referencial teórico dos artigos em construção. (Leitura mínima de 18 artigos sobre o tema escolhido).	Mestrandos
7) 10/10/2012	Seminário: Relações sociais e Consumo	Mestrandos
8) 17/10/2012	Seminário: Gosto e Distinção	Mestrandos
9) 18/10/2012 (reposição de 12/09/2012)	Apresentação e discussão sobre desenvolvimento da metodologia dos artigos em construção. (Tema. Problema. Objetivos. Delineamento e design).	Mestrandos
10) 24/10/2012	Término da apresentação e discussão sobre desenvolvimento da metodologia dos artigos em construção. (Tema. Problema. Objetivos. Delineamento e design).  Início da apresentação e discussão sobre desenvolvimento da metodologia dos artigos em construção. (Veículo para coleta de dados).	Mestrandos
11) 31/10/2012	Término da apresentação e discussão	Mestrandos

	sobre veículo de coleta de dados dos artigos em construção.	
12) 07/11/2012	Seminário: Consumerismo	Mestrandos
13) 14/11/2012	Seminário: Commodities e Consumo Simbólico	Mestrandos
14) 21/11/2012	Apresentação e discussão sobre tabulação e análise de dados dos artigos em construção.	Mestrandos
15) 28/11/2012	Seminário: Contextos do Consumo  Apresentação e discussão dos resultados alcançados, contribuições e sugestões de futuras pesquisas dos artigos.	Mestrandos
05/12/12	Entrega dos artigos concluídos na secretaria.	Mestrandos