

CURSO LIVRE – COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR

2. COMPONENTE(S) CURRICULAR(ES)

Marketing

3. CARGA(S) HORÁRIA(S) DA AÇÃO

5 HORAS

4. ANO/SEMESTRE

2020/01

5. COORDENADOR DA AÇÃO (DOCENTE RESPONSÁVEL)

Amadeu Silva + Daniella Rubbo + Henrique Lucena + Luciano Santos

6. DEMAIS PARTICIPANTES

Docente: Carina Martelini

Discentes envolvidos: todos os alunos inscritos na(s) disciplina(s).

7. CLASSIFICAÇÃO DA AÇÃO

	Programa - conjunto articulado de atividades de extensão (cursos e oficinas, eventos e prestação de serviços), com caráter orgânico-institucional, clareza de diretrizes e orientação para um objetivo comum, sendo executado a médio ou longo prazo, visando à interação transformadora entre a comunidade acadêmica e a sociedade
	Projeto - conjunto de atividades processuais contínuas, desenvolvidas por prazos determinados, com objetivos específicos, podendo ser vinculados ou não a um programa
X	Curso - ação pedagógica de caráter teórico e prático, presencial ou a distância, planejada e organizada de modo sistemático para atender as necessidades da sociedade, visando o desenvolvimento, a atualização e aperfeiçoamento de conhecimentos, com carga horária mínima e critérios de avaliação definidos
	Evento - ação que implica na apresentação e/ou exibição pública, livre ou direcionada, com envolvimento da comunidade externa, do conhecimento ou produto artístico, cultural, científico e tecnológico desenvolvido, conservado ou reconhecido pela IES
	Prestação de Serviço - a ação que implica na prestação de serviços à comunidade em nome IES, a partir de sua capacitação técnico-científica, envolvendo a realização de assessorias e consultorias, emissão de laudos técnicos, análises setoriais, palestras e outras, vinculadas a área de atuação da IES, que dão respostas as necessidades específicas da sociedade e do mundo do trabalho

8. IDENTIFICAÇÃO DA PROPOSTA

8.1. Título

Comportamento do consumidor

8.2. Programa vinculado, se for o caso

8.3. Área do conhecimento

Marketing

8.4. Área temática

Melhoria no processo de aprendizagem	X
Sustentabilidade Socioambiental	
Projetos de responsabilidade social	
Interdisciplinaridade	
Diversidade	
Meio Ambiente	
Memória Cultural	
Produção Artística	
Patrimônio Cultural	
Direitos Humanos e da Igualdade Étnico-Racial	
Outros	

8.5. Resumo

Comportamento do consumidor é o estudo do quando, porquê, como e onde as pessoas decidem comprar ou não um produto. Combina elementos da psicologia, sociologia, economia e antropologia social. Tenta compreender o processo de tomada de decisão do comprador, tanto individualmente como em grupo. Venha aprender mais sobre isso neste curso!

8.6. Período de realização

SEMANA DE 18/05/2020

9. DETALHAMENTO DA PROPOSTA

9.1. Justificativa

O curso trouxe a possibilidade de todos os alunos da ESAMC e também membros da sociedade terem acesso a informações relevantes e gratuitas, principalmente abrir o olhar para: veremos uma mudança no comportamento do consumidor durante e pós pandemia?

9.2. Objetivos

Melhorar o processo aprendizagem dos alunos que se viram presos dentro de casa com uma nova dinâmica de sala de aula.

9.3. Metodologia

Apresentações feitas no modo palestra em PPT e também com compartilhamento da tela, para mostrar as sugestões de técnicas necessárias. Momentos de perguntas e respostas abrindo assim um bate papo descontraído para interatividade entre os presentes.

Cronograma de trabalho, temáticas e/ou momentos:

- APRESENTAÇÃO DO PALESTRANTE
- APRESENTAÇÃO DO TEMA
- DISCUSSÕES
- PERGUNTAS
- ENCERRAMENTO

9.4. Público Alvo (externo ou da sociedade acadêmica)

Todos os alunos da Instituição e membros da sociedade.

9.5. Local de Realização e Área de Abrangência

AVA – BLACKBOARD

9.6. Parceria

9.7. Sistemática de avaliação

Sem avaliação

10. RECURSOS FINANCEIROS (QUANDO FOR O CASO), FÍSICOS E EQUIPAMENTOS DISPONÍVEIS

É oferecido aos alunos todo suporte de equipamentos de projeção e áudio para a apresentação. O professor que ministrou o curso recebeu pelas horas aula.

11. APROVAÇÃO / DEFERIMENTO

Aprovado

A seleção contempla, entre outros, os seguintes critérios gerais:

- a) relevância do tema proposto;
- b) concordância entre a proposta apresentada e os recursos orçamentários existentes;
- c) cronograma de trabalho.

12. IMAGENS DA AÇÃO

