

Psicologia do Consumidor



Objetivos

Entendimento do comportamento do consumidor, considerando fatores internos e externos que afetam o processo de compra, o que inclui aspectos psicológicos, sociais, culturais, situacionais, pessoais e econômicos.

Este conhecimento, norteará estratégias empresariais, planejamentos e ações de marketing, comunicação e vendas.

Público Alvo

- Profissionais dos mais variados segmentos de mercado que buscam aprofundar seus conhecimentos em todas as nuances que permeiam o comportamento do consumidor.
- Profissionais que trabalhem ou tenham a intenção de ingressar na área de gestão do conhecimento, planejamento estratégico, marketing, comunicação ou vendas.



PSICOLOGIA DO CONSUMIDOR	CARGA HORÁRIA
1. Segmentação de Mercado e Estratégia	30 h/a
2. Percepção e Aprendizagem	30 h/a
3. Personalidade e Motivação	30 h/a
4. Pesquisa de Mercado	30 h/a
5. Estatística aplicada a Pesquisa de Mercado	30 h/a
6. Comunicação persuasiva	30 h/a
7. Ambiente Físico de Consumo	30 h/a
8. Antropologia do consumo	30 h/a
9. Sociologia do Consumo	30 h/a
10. Processo decisório	30 h/a
11. Criatividade	30 h/a
12. Neuromarketing	30 h/a
13. Neurolingüística	30 h/a
14. Comportamento organizacional	30 h/a
15. Gestão do Conhecimento do Consumidor	30 h/a
16. TCC	30 h/a
CARGA HORÁRIA TOTAL	480 h/a