

DISCIPLINA / COURSE: TRANSFORMATIVE CONSUMER RESEARCH
 DEPARTAMENTO / DEPARTMENT: MKT
 CURSO / PROGRAM: CMCD AE
 SEMESTRE E ANO / SEMESTER AND YEAR: 2 / 2021
 CARGA HORÁRIA / CLASS-HOURS: 30 horas ou 15 horas (selecionar)
 PROFESSOR: TÂNIA VELUDO
 LÍNGUA / LANGUAGE: PORTUGUÊS

DESCRIÇÃO DA DISCIPLINA / COURSE DESCRIPTION

A disciplina desenvolverá uma compreensão crítica e em profundidade sobre Transformative Consumer Research (TCR) – um programa de pesquisa da Association of Consumer Research (ACR) que estuda o bem-estar individual e coletivo como uma função do consumo. A disciplina terá como foco a transformação do comportamento do consumidor e irá discutir aspectos conceituais e aplicações metodológicas envolvendo três eixos principais: 1) injustiça e discriminação no mercado, 2) comportamentos de risco do consumidor e 3) o papel do consumidor na promoção do bem-estar.

OBJETIVOS DA DISCIPLINA / LEARNING GOALS

Os objetivos de aprendizagem da disciplina estão apresentados na tabela abaixo, demonstrando como os mesmos contribuem para os objetivos do CMCDAE.

The course learning goals are presented in the table below, showing how they contribute to the learning goals related to the objectives of CMCDAE.

GRAU DE CONTRIBUIÇÃO / LEVEL OF CONTRIBUTION *			
Forte / High	Intermediário / Medium	Reduzido / Low	Nenhum / None
●●●	●●○	●○○	○○○

Objetivos do CMCDAE CMCDAE Objectives	Objetivos da disciplina Course learning goals	Grau de contribuição / Level of Contribution *
Métodos qualitativos de pesquisa Qualitative research methods	Explorar métodos de pesquisa qualitativos específicos e relevantes para TCR.	●○○
Métodos quantitativos de pesquisa Quantitative research methods	Explorar métodos de pesquisa quantitativos específicos e relevantes para TCR.	●○○
Conhecimento do tema de pesquisa / teoria Knowledge of research themes and theory	Compreender a TCR como área de estudo dentro do domínio do Comportamento do Consumidor e sua interface com áreas afins.	●●●
Procedimentos de pesquisa Research procedures		○○○
Relevância e inovação em pesquisa Relevance and innovation in research	Compreender como a TCR equaciona rigor metodológico e contribuição teórica de suas pesquisas com resultados que suscitem avanços sociais e ambientais relevantes.	●●●
Elaboração de artigos Development of academic papers		○○○
Outros objetivos da disciplina / Other course learning goals:.....		

A descrição completa dos objetivos de aprendizagem do CMCDAE e outras informações podem ser encontradas em <https://rebrand.ly/cmae-eaesp> (mestrado) e <https://rebrand.ly/cdae-eaesp> (doutorado).

The full description of the CMCDAE objectives, and other related information, may be found at <https://rebrand.ly/cmae-eaesp> (masters) e <https://rebrand.ly/cdae-eaesp> (doctorate).

CONHECIMENTO PRÉVIO, SE HOVER / PREVIOUS KNOWLEDGE REQUIRED, IF APPLICABLE

CONTEÚDO/METODOLOGIA / CONTENT/METHODOLOGY

O espectro de temas de atuação da TCR é extenso, incluindo: discriminação e injustiça, materialismo, subsistência e sustentabilidade, nutrição, miséria, vícios, doenças sexualmente transmissíveis, vulnerabilidade financeira, crises humanitárias, escravidão contemporânea, doação e voluntariado etc. Os tópicos a serem cobertos na disciplina serão: 1) Definição, origens e escopo de TCR, 2) Vulnerabilidade no consumo e bem-estar do consumidor, 4) Injustiça e discriminação no mercado, 2) Comportamentos de risco do consumidor, 3) O papel do consumidor na promoção do bem-estar (decisões de consumo pró-sociais, doação e voluntariado) e 4) Transformative Service Research.

A disciplina envolve uma série de atividades didáticas, cada qual contemplando um aspecto complementar para alcançar o conhecimento planejado. As seguintes atividades poderão ser usadas: 1) preleções dialogadas do professor, 2) discussão de capítulos de livros e artigos científicos, 3) produção de ensaios críticos, 4) relatos de experiências e 5) apresentações.

Caberá à docente estimular e mediar os debates, além de esclarecer pontos obscuros e expor temáticas complementares aos assuntos abordados. Para garantir a reflexão dos conteúdos e um debate enriquecedor, os alunos devem realizar previamente as leituras indicadas e se preparar para as discussões programadas para cada encontro.

CRITÉRIO DE AVALIAÇÃO / ASSESSMENT

Ensaio crítico	30%
Atividades em classe (em grupo ou individual)	30%
Trabalho final	40%

BIBLIOGRAFIA (BÁSICA E COMPLEMENTAR) / BIBLIOGRAPHICAL REFERENCES

Bone, S.; Christensen, G.; Williams, J. (2014). Rejected, shackled, and alone: The impact of systemic restricted choice on minority consumers' construction of self. *Journal of Consumer Research*, v. 41, p. 451-474.

Crocket, D.; Downey, H.; Firat, F.; Ozanne, J.; Pettigrew, S. (2013). Conceptualizing a transformative agenda. *Journal of Business Research*, v. 66, p. 1171-1178.

Du, S.; Sen, S.; Bhattacharya, C. B. (2008). Exploring the social and business returns of a corporate oral health initiative aimed at disadvantaged Hispanic families. *Journal of Consumer Research*, v. 35, n. 3, p. 483-494.

Goldstein, N. J.; Cialdini, R. B.; Griskevicius, V. (2008). A room with a viewpoint: Using social norms to motivate environmental conversation in hotels. *Journal of Consumer Research*, v. 35, n. 3, p. 472-482.

Hill, R. P.; Sharma, E. (2020). Consumer vulnerability. *Journal of Consumer Psychology*, v. 30, n. 3, p. 551-570.

Mick, D. G.; Pettigrew, S.; Pechmann, C.; Ozanne, J. (2012). Origins, qualities and envisionments of Transformative Consumer Research. In: Mick, D. G.; Pettigrew, S.; Pechmann, C. *Transformative Consumer Research for Personal and Collective Well-Being*. New York: Routledge (p. 3-24).

Pancer, L.; Handelman, J. (2012). The evolution of consumer well-being. *Journal of Historical Research in Marketing*, v. 4, n. 1, p. 177-189.

Shinoda, L; Veludo-de-Oliveira, T. M.; Pereira, I. (2021). Beyond gender stereotypes: the missing women in print advertising. *International Journal of Advertising*.

Shultz II, C. J.; Holbrook, M. B. (2009). The paradoxical relationships between marketing and vulnerability. *Journal of Public Policy & Marketing*, v. 28, n. 1, p. 124-127.

AULA-A-AULA (OPCIONAL) / COURSE SCHEDULE (OPTIONAL)

Encontro	Tema	Sub-temáticas
1	Definição, origens e escopo de TCR Vulnerabilidade no consumo e bem-estar do consumidor	
2	Injustiça e discriminação no mercado	Questões de gênero, análise de conteúdo

3	Injustiça e discriminação no mercado	Questões de raça, experimento de campo
4	Decisões de consumo pró-sociais	Ativismo em defesa dos animais, etnografia, videografia
5	Doação e voluntariado	Doação de órgãos, regressão logística
6	Comportamento de risco do consumidor	Vício em tecnologia, vício em cigarro, vulnerabilidade financeira, equações estruturais, videografia, observação
7	Transformative Services Research	Educação na baixa renda, escopo da TSR
8	Fechamento do curso	

MINI CV DO PROFESSOR (OPCIONAL) / PROFESSOR MINI CV (OPTIONAL)

OUTRAS INFORMAÇÕES (OPCIONAL) / OTHER INFORMATION (OPTIONAL)