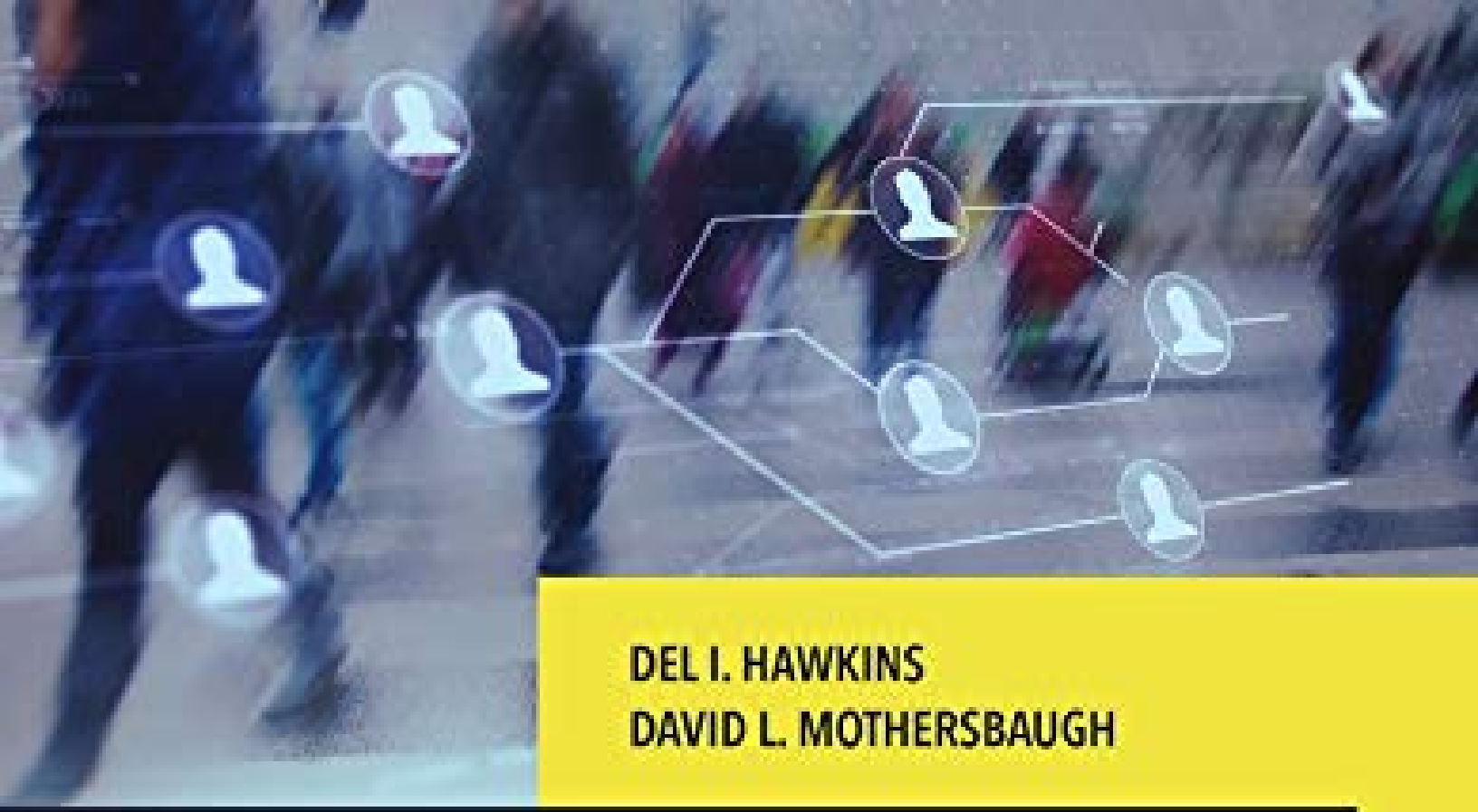


DEL I. HAWKINS
DAVID L. MOTHERSBAUGH

Comportamento do Consumidor

Construindo a Estratégia de Marketing

INCLUI CAPÍTULO ESPECIALMENTE ADAPTADO PARA O MERCADO CONSUMIDOR BRASILEIRO

Tradução da 13ª edição

ELSEVIER

Resumo de Comportamento do Consumidor

Um ponto alto deste livro são as pontes entre os conceitos e suas aplicações. Hawkins e Mothersbaugh são brilhantes ao ligarem as teorias do comportamento do consumidor à prática do marketing.

Seus exemplos são elucidativos, atrativos e motivadores. Esse aspecto, particularmente, faz o livro ser bem compreendido por alunos de graduação, mas, ao mesmo tempo, fornece explicações e dicas que podem ser bem aproveitadas pelo público empresarial.

O fato de não ficarem na superficialidade de exemplos rasteiros, e, ao contrário, apresentarem explicações densas de forma palatável, torna Comportamento do consumidor muito útil também em cursos de pós-graduação.

Este é um dos melhores livros didáticos sobre comportamento do consumidor, pois a lógica que o permeia facilita muito o aprendizado da disciplina. Ao começar com as influências externas mais amplas da antropologia e da sociologia e ir para o foco mais individual da psicologia, o entendimento do aluno flui e a didática fica muito facilitada.

Embora na realidade as influências não sejam estanques, esse arranjo otimiza muito a condução de um curso. O problema dos livros sobre comportamento do consumidor de autores estrangeiros é que eles descrevem uma realidade que não nos é muito conhecida, entretanto, este livro inclui um capítulo com características específicas do consumidor brasileiro.

O campo do comportamento do consumidor é um dos mais controversos do marketing. Ao tratar desse campo multidisciplinar, muito rico em teorias, o texto poderia ficar pesado, mas os autores, com ampla experiência em pesquisa, conseguiram torná-lo extremamente agradável e ao mesmo tempo instigante.

Acesse aqui a versão completa deste livro