Encontro de Saberes 2015 - XXIII Seminário de Iniciação Científica

UM ESTRANHO NO NINHO: UM ESTUDO SOBRE A INSERÇÃO DA TEMÁTICA “ANTROPOLOGIA DO CONSUMO” NAS DISCIPLINAS DE MARKETING DOS PROGRAMAS STRICTO SENSU EM ADMINISTRAÇÃO NO BRASIL.

WALQUIRIA MARINHO DE FREITAS (Autor), HARRISON BACHION CERIBELI (Orientador)

Instituição de Ensino - Universidade Federal de Ouro Preto

Palavras Chaves:

Antropomarketing. Antropologia do consumo. Sociedade do consumo.

Resumo:

Para que sejam formados gestores mercadologicamente competentes, antes são necessários docentes e pesquisadores competentes no que tangencia a área de estudos mercadológicos, o que demanda dos programas de pós-graduação stricto sensu uma vocação para a formação na área de Marketing. Contudo, cabe ponderar que a evolução dos padrões de consumo na sociedade moderna remete à necessidade de aproximação entre o Marketing e a Antropologia, com o intuito de possibilitar a compreensão de um mercado cada vez mais movido pelo anseio de consumir. Por isso, é importante que seja traçado um panorama que descreva como estas duas áreas de conhecimento estão interagindo, evidenciando lacunas a serem sanadas e caminhos a serem seguidos, com o intuito de se proverem condições ideais de formação de docentes e pesquisadores na área de Marketing, os quais, por sua vez, atuarão na formação de gestores mais preparados para decidirem na sociedade do consumo. O objetivo geral desta pesquisa é analisar a inserção da temática antropologia do consumo nos programas das disciplinas de Marketing dos cursos Stricto Sensu de Administração com notas 5 a 7 na última coleta CAPES. Como conclusões, destaca-se o fato de que poucos programas possuem disciplinas que abordam a tema analisada e que, entre os que abordam, poucas disciplinas ligadas à temática antropologia do consumo são ofertadas. Além disso, analisando a bibliografia dessas disciplinas, percebe-se a presença de poucas publicações recentes, o que evidencia a existência de um campo de estudos que apresenta várias lacunas teóricas a serem preenchidas. Para finalizar, os pesquisadores agradecem ao CNPq, que financiou a execução dessa pesquisa.

Publicado em:

- Evento:Encontro de Saberes 2015
- Área:CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
- Subárea:ADMINISTRAÇÃO