



**Governo do Estado do Ceará**  
**Secretaria da Ciência Tecnologia e Educação Superior**  
**Universidade Estadual do Ceará - UECE**  
**Centro de Estudos Sociais Aplicados – CESA**  
**Programa de Pós Graduação em Administração - PPGA**



<b>Epistemologia</b>			
<b>Nível:</b>	Doutorado/ Mestrado	<b>Créditos:</b>	03
<b>Área de Concentração:</b>	Gestão, Organizações e Ambientes	<b>Natureza:</b>	Obrigatória
<b>Linha de Pesquisa:</b>	Geral	<b>Carga Horária</b>	45
<b>Professora:</b>	Veronica Lidia Penaloza Fuentes	<b>Número:</b>	18597
<b>Início da Disciplina:</b>	17/08/2015	<b>Sigla:</b>	EPIS

#### **EMENTA**

Psicologia e Economia: confluências. O paradigma neoclássico. Racionalidade, homo economicus. O estudo do comportamento econômico; Consumo, poupança e investimento.  
Evolução e Desenvolvimento da Psicologia Econômica  
Os significados simbólicos de dinheiro. O dinheiro e a família. Socialização Econômica  
Consumo pós-moderno.  
Comportamentos de Compra e Poupança.  
Morosidade, Dívida e endividamento.  
Consumo perspectivas psicopatológicas: Compra por impulso e compra compulsiva.

#### **BIBLIOGRAFIA**

- Akerlof, G & Shiller, R. Animal Spirits – how human psychology drives the economy, and why it matters for global capitalism. Princeton: Princeton University Press, 2009.
- Bazerman, Max H. Processo Decisório: para cursos de Administração, Economia e MBAs. Rio de Janeiro: Campus / Elsevier, 2004.
- Baudrillard, J. (2005). A sociedade de consumo. Portugal: Edições 70.
- Baumann, Z. (2007b). Vida de consumo. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Costa, F. (2002). Influencias ambientais e o comportamento de compra por impulso. Tese de Doutorado, Departamento de Administração, Universidade de São Paulo, FEA\_USP.
- Denegri, M., Alí, I., Novoa, M., Rodriguez, C., Del Valle, C., González, Y., Etchebarne, M., Miranda, H., Sepúlveda, J. y Godoy, M. (2012). Relaciones entre las escalas actitudes hacia el dinero y la compra: Un estudio en Estudiantes de Pedagogía de Chile. Revista Interamericana de Psicología/Interamerican Journal of Psychology, 46 (2): 229-238
- Denegri, M., Baeza, M., Salinas-Oñate, N., Peñaloza, V., Miranda, H., Orellana, L. (2013) Materialism in Pedagogy Students in Chile. Social Indicators Research, 112(2).
- Denegri, M., Sepúlveda, J. y Godoy, M. (2011). Actitudes hacia la compra y el consumo de estudiantes de Pedagogía y profesores en ejercicio en Chile [Attitudes toward purchase and consumption of education students and teachers in Chile]. Psicología desde el Caribe. Universidad del Norte 28: 1-23.
- Denegri, M., González, J. y Sepúlveda, J. (2010). Consumo y construcción de identidad en profesores de educación primaria en Chile. DUCERE. Investigación arbitrada 49: 345 – 359.
- Denegri, M. (1998). La construcción de nociones económicas en la infancia y adolescencia. En Jesús Ferro, José Amar (Ed.) Desarrollo Humano. Perspectiva Siglo XXI Ediciones UNINORTE. Colombia.
- Denegri, M., Delval, J.; Ripoll, M.; Palavecinos, M. y Keller, A. (1998<sup>a</sup>) Desarrollo del pensamiento económico en la infancia y adolescencia. Boletín de Investigación Educativa. Vol. 13. 291-308



**Governo do Estado do Ceará**  
**Secretaria da Ciência Tecnologia e Educação Superior**  
**Universidade Estadual do Ceará - UECE**  
**Centro de Estudos Sociais Aplicados – CESA**  
**Programa de Pós Graduação em Administração - PPGA**



Denegri M.; Keller, A; Palavecinos, M.; Ripoll, M. y Delval, J. (1998b) Psicogénesis de las representaciones acerca de la pobreza y desigualdad social: estudio evolutivo con niños y adolescentes de ciudades con funcionamiento financiero limitado de la IX Región. *Psyche*, Vol7. N° 2. 13-24

Dittmar, H (2005) . Compulsive buying – a growing concern? An examination of gender, age, and endorsement of materialistic values as predictors. *British Journal of Psychology*, 467-491.

Dittmar, Helga and John Drury, "Self-image - is it the beq? A qualitative comparison between "ordinary" and "excessive" consumers", *Journal of Economic Psychology*, 21, 109-142, 2000.

Elster, J. (1998) Emotions and Economic Theory. *Journal of Economic Literature*, vol. XXXVI, 47-74.

Faber, r.; O'Guinn, T.,(1992).A Clinical Screener for Compulsive Buying. *Journal of Consumer Research*, 19, 459-469.

Featherstone, M. (1995) *Cultura de consumo e Pós-modernismo*. São Paulo: Studio Nobel.

Ferrari, M, Luna-Arocas, R., Cap. 3.11: "Consumiendo belleza y emociones. El papel de la actitud hacia la ropa y la imagen corporal" en "El Consumo y la Adicción a las Compras. Diferentes Perspectivas", Ed. de la Universidad del País Vasco, 2001.

Ferrari, M, "Identidad y Consumo Simbólico. El Género en la Compra por Impulso", Tesina Final de la Licenciatura en Psicología, UNC, 2002.

Ferreira, V. *Psicologia Econômica – estudo do comportamento econômico e tomadade decisão*. Rio de Janeiro: Campus/Elsevier, Coleção ExpoMoney Pro, 2008.

Gebauer, A., Schäfer, L. y Soto, E. (2003).*Compra impulsiva en estudiantes universitarios con diferente nivel de formación en economía de la Universidad de la Frontera*. Tesis de pregrado no publicada, Departamento de Psicología. Universidad de La Frontera.

Katona, G. (1963) *Análisis psicológico del comportamiento económico*. Madrid: Rialp.

Jones, E. y Roberts, J. (2001). Money attitudes, credit card use, and compulsive buying among American college students. *Journal of Consumer Affairs*, 35, 213-241.

Kinnunen, U. y Pulkkinen, L. (1998). Linking Economic Stress to Marital Quality among Finnish Marital Couples. *Journal of Family Issues*, 19, 6, 705-724.

Kourilsky, M. (1996). Generative Teaching and Personality Characteristics of Student Teachers. *Teaching and Teacher Education*, 12, 4, 355-363. 40.

Lachance, M., Beaudoin, P. y Robitaille, J. (2006). Quebec young adults' use of and knowledge of credit. *International Journal of Consumer Studies*, 30, 4, 347–359.

Lea, S., Tarpy, R.M. y Webley, P. (1987) *The Individual in the Economy. A Survey of Economic Psychology*. Cambridge: Cambridge University Press.

Lea, S., Webley, P. y Young, B.M. (1992) *New directions in Economic Psychology. Theory, Experiment and Application*. Hants: Edward Elgar Publishing Limited.

Lewin, S.B. (1996) *Economics and Psychology: Lessons For Our Own Day From the Early Twentieth Century*. *Journal of Economic Literature*, vol. XXXIV, 1293-1323.

Loudon, D. y Della Bitta, A.. Cap. 9 "Personalidad y Autoconcepto" en "Comportamiento del Consumidor. Conceptos y Aplicaciones' ", México, Ed. Me Graw Hill, 1996.



**Governo do Estado do Ceará**  
**Secretaria da Ciência Tecnologia e Educação Superior**  
**Universidade Estadual do Ceará - UECE**  
**Centro de Estudos Sociais Aplicados – CESA**  
**Programa de Pós Graduação em Administração - PPGA**



Luna-Arocas, R., Puello, S. y Botero, M. (2004). La compra impulsiva y el materialismo en los jóvenes: estudio exploratorio en estudiantes universitarios de Barranquilla (Colombia). *Psicología desde el Caribe*. Universidad del Norte 24: 1-26.

Luna-Arocas, R. (2002). Segmentos de consumidores según la escala de compra patológica. *Investigación y Marketing*, 16 (77)

Luna-Arocas, R., Quintanilla, I., (2000), El modelo de compra AC B. Una nueva conceptualización de la compra por impulso ESIC MARKET., 152-163

Luna-Arocas, R. (2000). El Consumo y la Identidad: Un proceso de Autocreación .*Investigación y Marketing* 70, 06\_15.

Luna-Arocas, R., Quintanilla, I., y Berenguer, G. (1998). La compra impulsiva y la compra patológica: el modelo CAC. *IVIE. SERIE EC WPEC* 98(11), 3-32.

Luna-Arocas, R. y Fierres, R.(1998): "Incidencia de la Compra por Impulso en la Ciudad de Valencia", *Investigación y Marketing*, 60, 36-42.

Luna-Arocas, R. (1998). Actitudes y creencias sobre el dinero. *Revista Latinoamericana de Psicología*, 94, 84-92.

Luna-Arocas, R. (1995). Los estilos de compra y la satisfacción del consumidor en el contexto de la Psicología Económica. Tesis Doctoral. Universidad de Valencia. España.

O'Guinn, T. C; Faber, R. J., (1989) Compulsive Buying: A Phenomenological Exploration. *Journal of Consumer Research*, 16, 147-157.

Quintanilla, I., "Entrevista a Ismael Quintanilla Pardo, Experto en Psicología Económica", *Consumer*, Nro. 29 (Octubre), 2000.

<http://www.consumerrevista.com/oct20.o.o./entrevista.html>

Quintanilla, I., "Psicología del Consumidor", Valencia, UIPEC Unidad de Investigación de Psicología Económica y del Consumidor, Primera Edición, 2000

Quintanilla, I; Díaz, R. y Berenguer, G. (1998) *Apuntes de psicología del márketing social*. Valencia: Promolibro.

Rabin, M. (1998) *Psychology and Economics*. *Journal of Economic Literature*, vol. XXXVI, 11-46.

Rook, W.(1987). The buying impulse. *Journal of Consumer Research*, 14, 189-199.

Stern, H. (1962) The significance of impulse buying today. *Journal of Marketing*, 26, 59-62.

Thaler, R. (1996) *Doing Economics without Homo Economicus*. En Medema, S. y Samules, W. (Ed.) (pgs. 227-237) *Foundations of Research in Economics: How Do Economists Do Economics?*. Northampton: Edwrad Elgar.

Wärneryd, W.E. (1989) Improving psychological theory trough studies of economic behaviour: the case of saving. *Applied Psychology*, 38, 213-236.