

093

**O CONSUMO SIMBÓLICO-EMOCIONAL DO AUTOMÓVEL.** *Carlos Eduardo Corrêa dos Santos, Paulo Ricardo dos Santos Meira, Patricia Gonçalves Moreira, Carolina Quadros de Almeida, Alexander Weber Heger, Luiz Eduardo da Silva Amaro (orient.) (Uniritter).*

Este projeto de pesquisa une-se aos esforços do Centro Universitário Ritter dos Reis em aprofundar conhecimentos pertinentes aos seus cursos e, principalmente, em conhecer a sociedade em que está inserido. Após ser identificada a linha de pesquisa do curso de Administração em que o projeto se enquadra, define-se o objeto de pesquisa – os consumidores do objeto *carro*[1] - e demonstra-se a relevância de estudá-lo enquanto importante grupo das modernas sociedades urbanas. O terceiro item delimita e caracteriza o problema, condição necessária para que se apresentem os objetivos (geral e específicos); quarto item, que derivam da abordagem teórica e da metodologia, dois itens que vêm logo em seguida. No primeiro deles, são revisados alguns conceitos e teorias que sustentam as premissas do projeto. No segundo, é definido o método científico e são descritas as técnicas estatísticas necessárias para se dar o aprofundamento desejado para a pesquisa, permitindo, assim, que se chegue aos resultados e intercâmbios pretendidos. Após, seguem-se o orçamento previsto para o desenvolvimento do trabalho e o seu cronograma. O projeto se encerra com as atividades previstas para os bolsistas e com as referências usadas para a fundamentação teórica. [1] Neste projeto, os termos *automóvel* e *carro* serão usados indistintamente e sempre como sinônimos.