

**TeSP - Marketing Digital**

Técnico Superior Profissional

Plano: Despacho n.º 4719/2022 de 21/04/2022

**Ficha da Unidade Curricular: Comportamento do Consumidor**

ECTS: 3; Horas - Totais: 81.0, Contacto e Tipologia, TP:21.0; PL:21.0; OT:14.0;

Ano | Semestre: 2 | S1

Tipo: Obrigatória; Interação: Presencial; Código: 60598

Área de educação e formação: Ciências sociais e do comportamento

**Docente Responsável**

Maria Alexandra Falcão Bento Baptista Vilhena de Carvalho

Professor Adjunto

**Objetivos de Aprendizagem**

No final da unidade curricular os alunos devem conhecer o processo de consumo, a sua evolução e as variáveis que o influenciam, bem como a influência do marketing para a compreensão do comportamento do consumidor.

**Conteúdos Programáticos**

- 1 - O Consumo como Objecto de Estudo Sociológico
- 2 - Abordagens Teóricas ao Fenómeno do Consumo
- 3 - Génese das Necessidades e Consumo
- 4 - Influências Grupais e Consumo
- 5 - Estudo dos Comportamentos e das Atitudes dos Consumidores
- 6 - As Variáveis Explicativas Sociológicas e Psicossociológicas
- 7 - A Política do Produto e a Publicidade nos Media

**Conteúdos Programáticos (detalhado)**

- 1 - O Consumo como objeto de estudo sociológico
  - 1.1 - O consumo e os seus significados
  - 1.2 - Consumismo e consumerismo
- 2 - Abordagens Teóricas ao fenómeno do Consumo

- 2.1 - Mary Douglas e Barry Isherwood
- 2.2 - Jean Baudrillard
- 2.3 - Thomas Veblen
- 2.4 - Pierre Bourdieu
- 3 - Génese das Necessidades e Consumo
  - 3.1 - Do necessário ao supérfluo
  - 3.2 - Do prazer à poupança (e vice-versa)
- 4 - Influências Grupais e Consumo
  - 4.1 - A família
  - 4.2 - Outros grupos de referência e de pertença
- 5 - Estudo dos Comportamentos e das Atitudes dos Consumidores
  - 5.1 - As características externas dos consumidores
  - 5.2 - Os comportamentos de consumo de compra e de utilização dos media
  - 5.3 - As atitudes
  - 5.4 - Os processos de decisão de compra
- 6 - As Variáveis Explicativas Sociológicas e Psicossociológicas
  - 6.1 - As necessidades, motivações e atitudes
  - 6.2 - A influência do grupo sobre o comportamento dos seus membros
  - 6.3 - As classes sociais
  - 6.4 - As variáveis culturais
  - 6.5 - Família e consumo
- 7 - A Política do Produto e a Publicidade nos Media
  - 7.1 - Natureza e importância da política do produto
  - 7.2 - Importância e componentes da política de produto
  - 7.3 - Fixação das características intrínsecas do produto
  - 7.4 - Definição das características intrínsecas do produto
  - 7.5 - Qualidade produto e vantagem produto
  - 7.6 - Ciclos de vida de um produto

### **Metodologias de avaliação**

Em avaliação contínua: questões de aula (50%) e a apresentação de trabalhos práticos (50%).  
Dispensa de exame o alunos que tiver uma classificação maior ou igual a 10 valores.  
Em exame: avaliação final escrita.

### **Software utilizado em aula**

n.a.

### **Estágio**

n.a.

### **Bibliografia recomendada**

- Dubois, B. (2006). *Compreender o Consumidor*. 1, Dom Quixote. Lisboa
- Lendrevie, J. e Lindon, D. e Dionísio, P. e Rodrigues, V. (2000). *Mercator: Teoria e Prática do*

*Marketing*. (Vol. 1).. 4ª, Dom Quixote. Lisboa  
- Santos, B. (1994). *O Livro dos Consumidores*.. 1, Bertrand. Lisboa  
- Slater, D. (1997). *Consumer, Culture and Modernity*.. 1, Polity Press, UK. Cambridge

### **Coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos**

Na unidade curricular de Comportamento do Consumidor são abordadas as correntes teóricas associadas ao fenómeno de consumo e como as diversas variáveis influenciam esse mesmo fenómeno.

### **Metodologias de ensino**

Aulas teórico-práticas onde os tópicos do programa são abordados, complementadas com aulas práticas onde são debatidos esses temas e onde os alunos expõem igualmente trabalhos.

### **Coerência das metodologias de ensino com os objetivos**

O acompanhamento de temas expostos com a análise de artigos de livros ou revistas que abordem estas questões permitem uma maior interação entre o exposto teoricamente e o seu enquadramento quando analisado à luz de exemplos reais. Este debate permite construir a base de trabalho para a exposição oral que os alunos terão de fazer no final do período lectivo.

### **Língua de ensino**

Português

### **Pré-requisitos**

n.a.

### **Programas Opcionais recomendados**

### **Observações**

Objetivos de Desenvolvimento Sustentável:

12 - Garantir padrões de consumo e de produção sustentáveis;

---

### **Docente responsável**

---