Escola Superior de Gestão de Tomar **Ano letivo:** 2022/2023

TeSP - Gestão Comercial e Vendas
Técnico Superior Profissional
Plano: Despacho n.º 12803/2021 - 29/12/2021

Ficha da Unidade Curricular: Comportamento do Consumidor
ECTS: 4; Horas - Totais: 108.0, Contacto e Tipologia, TP:42.0; OT:14.0;
Ano | Semestre: 1 | S2
Tipo: Obrigatória; Interação: Presencial; Código: 600213
Área de educação e formação: Ciências sociais e do comportamento

Docente Responsável
Maria Alexandra Falcão Bento Baptista Vilhena de Carvalho
Professor Adjunto

Docente(s)
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

I - O Consumo como Objecto de Estudo Sociológico. II - Abordagens Teóricas ao Fenómeno do Consumo. III - Génese das Necessidades e Consumo. IV - Influências Grupais e Consumo. V - Estudo dos Comportamentos e das Atitudes dos Consumidores. VI - As Variáveis Explicativas Sociológicas e Psicossociológicas. VII - A Política do Produto e a Publicidade nos Media.

Conteúdos Programáticos (detalhado)

I - O Consumo como objeto de estudo sociológico
1.1 - O consumo e os seus significados
1.2 - Consumismo e consumerismo

II - Abordagens Teóricas ao fenómeno do Consumo
2.1 - Mary Douglas e Barry Isherwood
2.2 - Jean Baudrillard
2.3 - Thomas Vebler
2.4 - Pierre Bourdieu
III - Génese das Necessidades e Consumo
3.1 - Do necessário ao supérfluo
3.2 - Do prazer à poupança (e vice-versa)
IV - Influências Grupais e Consumo
4.1 - A família
4.2 - Outros grupos de referência e de pertença
V - Estudo dos Comportamentos e das Atitudes dos Consumidores
V - Estudo dos Comportamentos e das Atitudes dos Consumidores
VI - As Variáveis Explicativas Sociológicas e Psicossociológicas
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
VI - 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
VII - 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

- 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
- Dubois, B. (2006). *Compreender o Consumidor* . 1, Dom Quixote. 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 interacção 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

Alexandra Carvalho

Assinado de forma digital por Alexandra Carvalho