

**TeSP - Gestão Comercial e Vendas**

Técnico Superior Profissional

Plano: ATA CTC ESGT 64/2015

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

ECTS: 3; Horas - Totais: 81.0, Contacto e Tipologia, TP:30.0;

Ano|Semestre: 1|S2; Ramo: Tronco comum;

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 e horas de contacto**

Maria Alexandra Falcão Bento Baptista Vilhena de Carvalho  
Professor Adjunto, TP: 30;

**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 Veblen

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

- 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 aluno que tiver uma classificação maior ou igual a 10 valores. Em exame: avaliação final escrita.

#### **Software utilizado em aula**

Não aplicável

#### **Estágio**

Não aplicável

#### **Bibliografia recomendada**

- Lendrevie, J. e Lindon, D. e Dionísio, P. e Rodrigues, V. (2000). *Mercator: Teoria e Prática do Marketing*. (Vol. 1). Lisboa: Dom Quixote
- Santos, B. (1994). *O Livro dos Consumidores*. Lisboa: Bertrand
- Dubois, B. (2006). *Compreender o Consumidor*. Lisboa: Dom Quixote
- Slater, D. (1997). *Consumer, Culture and Modernity*. Cambridge: Polity Press, UK

#### **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 de pendor mais prático 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**

Não aplicável

**Programas Opcionais recomendados**

Não aplicável

**Observações**

*Arquitetura*

---

**Docente Responsável**

**Diretor de Curso, Comissão de Curso**

*António Pedro*

**Conselho Técnico-Científico**

*António Carlos Fonseca*

