



Escola Superior de Tecnologia
e Gestão de Viseu
A melhor Escola para os
melhores Alunos



[Início](#) |
 [Escola](#) |
 [Estudar](#) |
 [Ligação ao Exterior](#) |
 [Investigação](#) |
 [Internacional](#) |
 [Viver ESTGViseu](#) |
 [Pesquisar...](#)

Agenda

« Dezembro 2020 »

D	S	T	Q	Q	S	S
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30	31		

Portal Académico

Moodle@ESTGV

Avaliação e Qualidade

IPV

Provedor do Estudante

Publicitação Institucional

Publicitação de Atos
Plano de Gestão de Riscos
de Corrupção e Infrações
Conexas

Ficha Da Unidade Curricular

Informações Gerais



Ano Letivo 2020/21

Unidade Curricular Comportamento do Consumidor

Código 458

Departamento/área responsável Management Department

Área científica Ciências Empresariais

ECTS 5

Ano curricular 2

Semestre curricular 2º Semestre

Regime de frequência Obrigatório

Docentes José Augusto Rosa Bastos
Manuel António Lourenço dos Reis

Frequência como disciplina isolada? Não

Horas de contacto T TP PL TC S E OT O
 - 58,5 - - - - - -
 T - Teórico; TP - Teórico-Prático; PL - Prática e Laboratorial; TC - Trabalho de Campo; S - Seminário; E - Estágio; OT - Orientação Tutoria; O - Outras;

Tempo total de trabalho (horas) 132,5

Objetivos / Competências

1. Comportamento do consumidor (CC) e influência nas práticas de marketing;
 2. Como a pesquisa do consumidor é elaborada;
 3. Os consumidores detetam ou não os estímulos de marketing sensorial;
 4. Teorias de aprendizagem e suas aplicações de marketing;
 5. Recordação dos consumidores sobre as informações do produto;
 6. Necessidades e valores culturais dos consumidores;
 7. Relação entre o autoconceito do consumidor e o CC;
 8. Principais teorias da personalidade sobre o CC;
 9. Mudança das atitudes dos consumidores;
 10. Etapas da tomada de decisão do consumidor;
 11. Os grupos e a comunicação "passa-a-palavra";
 12. Efeitos da alteração das estruturas familiares na tomada de decisões familiares;
 13. Classe social e da classe económica e CC;
 14. Subculturas étnicas, religiosas e raciais e CC;
 15. Apelo aos membros de diferentes subculturas etárias;
 16. Comportamentos modernos e o consumo;
 17. Adaptar as estratégias de marketing ao mercado global.
- Desenvolver competências.

Conteúdos programáticos resumidos

Metodologias de ensino e critérios de avaliação

Bibliografia resumida

Oferta Formativa

[Licenciaturas](#)
[Mestrados](#)
[CTeSP](#)
[Pós-Graduações](#)
[Erasmus Students](#)
[Disciplinas Isoladas](#)
[Outras Formações](#)

Candidaturas

Matrículas CNA

Inscrições Letivas

Departamentos/Área

Serviços Académicos

Serviços Informática

Biblioteca

Redes Sociais
Facebook e Google+

ESTGV no Facebook

ESTGV no

[Início](#) |
 [Escola](#) |
 [Estudar](#) |
 [Ligação ao Exterior](#) |
 [Investigação](#) |
 [Internacional](#) |
 [Viver ESTGViseu](#)

[Contactos](#)

