



A melhor Escola para os melhores Alunos



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

Agenda

« Junho 2023 »

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	

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: 202021

Unidade Curricular: Comportamento do Consumidor

Código: 458

Departamento/área responsável: Departamento de Gestão

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

Oferta Formativa

- Licenciaturas
- Mestrados
- CTeSP
- Pós-Graduações
- Erasmus Students
- Disciplinas Isoladas
- Outras Formações

Candidaturas

- Matrículas - Concurso Nacional De Acesso
- Matrículas - Concurso Especial Vias Profissionalizantes

Inscrições Letivas

Departamentos/Área

Serviços Académicos

Serviços Informática

Biblioteca

Redes Sociais
Facebook / Instagram

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

