



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

« Março 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 2019/20

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

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

Contatos ▼

