



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



Área do Utilizador



Início | Escola ▼ | Estudar ▼ | Ligação ao Exterior ▼ | Investigação ▼ | Internacional ▼ | Viver ESTGViseu ▼ | | | Pesquisar...

## Agenda

« Junho 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				

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 201920

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

## 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

## ▼ 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

Início | Escola | Estudar | Ligação ao Exterior | Investigação | Internacional | Viver ESTGViseu

Contatos ▼ | | | | | |

