



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

« Setembro 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	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							



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

C o n t a c t o s ▼ |

