



Ficha de Unidade Curricular

DESIGNAÇÃO DA UNIDADE CURRICULAR:

Comportamento do consumidor

DESIGNATION OF CURRICULAR UNIT:

Consumer Behavior

SIGLA DA ÁREA CIENTÍFICA EM QUE SE INSERE / SCIENTIFIC AREA ACRONYM

CH/SH

DURAÇÃO / DURATION (Anual, Semestral)

Semestral

HORAS DE TRABALHO / WORK HOURS (número total de horas)

145

HORAS DE CONTACTO / CONTACT HOURS (discriminadas por tipo de metodologia adotado - T - Teórico; TP - Teórico-prático; PL - Prático e laboratorial; S- Seminário; OT - orientação tutorial)

T:15; TP: 30;



ECTS

5

OBSERVAÇÕES (assinalar sempre que a UC seja optativa)

OBSERVATIONS

DOCENTE RESPONSÁVEL E RESPETIVA CARGA LETIVA NA UNIDADE CURRICULAR (PREENCHER O NOME COMPLETO):

Sandra Marisa Lopes Miranda

RESPONSIBLE ACADEMIC STAFF MEMBER AND LECTURING LOAD IN THE CURRICULAR UNIT (FILL IN THE FULLNAME):

Sandra Marisa Lopes Miranda

OUTROS DOCENTES E RESPETIVAS CARGAS LETIVAS NA UNIDADE CURRICULAR (PREENCHER O NOME COMPLETO):

Rita Andreia Monteiro Mourao (42h/turma)

Carla Murteira (42 horas/turma)

OTHER ACADEMIC STAFF AND LECTURING LOAD IN THE CURRICULAR UNIT:

Rita Andreia Monteiro Mourao (42h)

Carla Murteira (42h)



OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM (CONHECIMENTOS, APTIDÕES E COMPETÊNCIAS A DESENVOLVER PELOS ESTUDANTES):

No final desta disciplina os alunos deverão ser capazes de:

Identificar as tendências atuais de consumo e da sociedade de consumo e enquadrá-las enquanto fonte para compreender o consumidor e definir estratégias.

Identificar as principais metodologias e técnicas associadas à pesquisa do comportamento do consumidor.

Analisar criticamente os vários modelos explicativos do comportamento do consumidor.

Analisar a tomada de decisão do consumidor enquanto um processo, nas suas vertentes antes, durante e após.

Compreender os processos subjacentes ao comportamento do consumidor ao nível individual, grupal, familiar e socio-cultural.

LEARNING OUTCOMES OF THE CURRICULAR UNIT:

To identify trends in consumption society and in consumer behavior. Identify main methods and techniques applied in consumer behavior research.

To fully analyze consumer behavior theoretical models;

To analyze and understand consumer decision making as a process composed by different steps and specificities.

To understand and analyze consumer behavior as interaction with individual characteristics, socio-cultural and specific family settings.



CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS:

Introdução ao estudo do comportamento do consumidor. Consumerismo. Perspectiva histórica. Definição e evolução do conceito de comportamento do consumidor. Enquadramento interdisciplinar. Principais modelos explicativos do comportamento do consumidor.

O processo de decisão no consumo. Tipos de compras. Enviesamentos no processo de decisão. Tomada de decisão individual, grupal e organizacional. Satisfação, lealdade, segmentação e posicionamento. Difusão de inovações.

O consumidor enquanto indivíduo: necessidades e motivações; atitudes e preferências; personalidade, o self e as orientações de consumo. Comunicação e persuasão.

O consumidor enquanto membro de grupos sociais: consumidores, grupos e identidades sociais; grupos de pertença e referência; classes sociais; família; líderes de opinião.

A influência do meio cultural: valores, cultura e estilos de vida.

SYLLABUS:

Introduction to consumer behaviour: The diversity of consumer behavior. Consumer research; Consumerism. Theoretical models.

The Consumer Decision making process: Types of consumer decisions. Problem recognition. Search and evaluation. Purchasing processes. Pos-purchasing processes (satisfaction, loyalty, and segmentation). Consumer influence and diffusion of innovations.

Consumer as individual: Marketing segmentation. Consumer motivations. Personality and consumer behavior. Consumer perception. Learning and consumer involvement. Attitudes and consumer behavior. Communication and persuasion.

Consumer in social and cultural settings: Reference group and the family. Social Class and consumer behavior. The influence of culture. Subcultures and consumer behavior. Cross cultural international behavior: an international perspective. Life styles.



DEMONSTRAÇÃO DA COERÊNCIA DOS CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS COM OS OBJETIVOS DA UNIDADE CURRICULAR:

- OBJETIVO: Identificar as tendências atuais de consumo e da sociedade de consumo e enquadrá-las enquanto fonte para compreender o consumidor e definir estratégias. Introdução ao estudo do comportamento do consumidor. Investigação na área. Consumerismo. Perspetiva histórica. Definição e evolução do conceito de comportamento do consumidor. Enquadramento interdisciplinar. Principais modelos explicativos do comportamento do consumidor. Análise das tendências no comportamento do consumidor. Compras impulsivas e compulsivas, comportamento de compra ecológico, comportamento de compra virtual.

(...)

DEMONSTRATION OF THE SYLLABUS COHERENCE WITH THE CURRICULAR UNIT'S OBJECTIVES:

- OBJECTIVES: To identify trends in consumption society and in consumer behavior; identify the main methods and techniques applied in consumer behavior research; Fully analyze consumer behavior theoretical models; Introduction to consumer behaviour: The diversity of consumer behavior. Consumer research; Consumerism. Theoretical models. Trends in consumer behavior: compulsive and impulsive buying; ecological buying, online consumer.

(...)

METODOLOGIAS DE ENSINO (AVALIAÇÃO INCLUÍDA):

Aulas com componente de exposição lideradas pela professora e/ou pelos alunos
Aulas de discussão coletiva baseada na exploração de textos científicos, comunicações comerciais e estudos de casos práticos.
Teste de avaliação de conhecimentos (70%).
Trabalho escrito de grupo sobre um tema em apreço (30%).

É obrigatória a obtenção de nota mínima de 8 valores em cada momento de avaliação.



TEACHING METHODOLOGIES (INCLUDING EVALUATION):

Lecture.

Class and group discussion conducted by teacher or students based on scientific papers; press analysis; advertising analysis; case studies; auto-evaluation questionnaires .

Grupo theoretical work about a consumer behavior subject (30%).

Evaluation test (70%).

- it is mandatory to obtain a minimum grade of 8 at each assessment.

DEMONSTRAÇÃO DA COERÊNCIA DAS METODOLOGIAS DE ENSINO COM OS OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM DA UNIDADE CURRICULAR:

OBJETIVO: Identificar as tendências atuais de consumo e da sociedade de consumo e enquadrá-las enquanto fonte para compreender o consumidor e definir estratégias.

Metodologia de ensino: Combinação entre a metodologia expositiva e ativa. Aulas com componente de exposição da matéria lideradas pela professora ou pelos alunos e aulas de discussão coletiva baseadas na exploração de casos concretos e textos. Análise de comunicações comerciais

OBJETIVO: Analisar criticamente os modelos do comportamento do consumidor;

Metodologia de ensino: Combinação entre a metodologia expositiva e ativa. Aulas com componente de exposição da matéria lideradas pela professora ou pelos alunos e aulas de discussão coletiva.

OBJETIVO: Analisar o processo de tomada de decisão do consumidor enquanto um processo, nas suas vertentes antes, durante e após.

Metodologia de ensino: Combinação entre a metodologia expositiva e ativa. Aulas com componente de exposição da matéria lideradas pela professora ou pelos alunos e aulas de discussão coletiva baseadas na exploração de casos concretos e textos. Análise de casos práticos.

- OBJETIVO: Compreender os processos subjacentes ao comportamento do consumidor ao nível individual, a sua dinâmica e o seu alcance para a decisão final.

Metodologia de ensino: Combinação entre a metodologia expositiva e ativa. Aulas com componente de exposição da matéria lideradas pela professora ou pelos alunos e aulas de discussão coletiva baseadas na exploração de casos concretos e textos. Análise de comunicações comerciais. Inquéritos auto-administrados (...).



DEMONSTRATION OF THE COHERENCE BETWEEN THE TEACHING METHODOLOGIES AND THE LEARNING OUTCOMES:

To identify trends in consumption society and in consumer behavior.

- Lecture.
- Class and group discussion conducted by teacher or students based on scientific papers; advertising analysis; case studies

To identify main methods and techniques applied in consumer behavior research

- Lecture
- Class and group discussion conducted by teacher or students based on scientific papers;

To fully analyze consumer behavior theoretical models

- Lecture.
- Class and group discussion conducted by teacher or students based on scientific papers.

To analyze and understand consumer decision making as a process composed by different steps and specificities

- Lecture.
- Class and group discussion conducted by teacher or students based on scientific papers; press analysis; advertising analysis; case studies (...);

BIBLIOGRAFIA PRINCIPAL: MAIN BIBLIOGRAPHY:

- Aimé, P & Grunbeck, J. (2019). Smart Persuasion. NY: Kindle.
- Babin, B. & Harris, E. (2018). Consumer behavior. Boston: Cengage.
- Batat, W. (2019). Experiencial Marketing: Consumer Behavior, Costumer and Experience and the 7Es . Routledge.
- Batat, W. (2022). *Strategies for the digital customer experience: Connecting customers with brands in the phygital age* . Edward Elgar Publishing.
- Hoffman, S. & Payman, A. (2023). Consumer Behavior. Understanding Consumers. Designing marketing activities. Springer.
- Huseynov, F., & Yildirim, S.O. (2019). Online consumer typologies and their shopping behaviors in B2C e-commerce platforms. Sage Open , 9 (2), 1-19
- Lindstrom, M. (2016). *A lógica do consumo - verdades e mentiras* . LX: Gestão Plus.
- Michael, I., Norton, D. Rucker, C. & Lambert, C. (2020). *The Cambridge Handbook of consumer psychology* , NY: Cambridge University Press.
- Shiffman, L. & Hisenbilt, J. (2019). *Consumer Behavior* , 12th edition, NJ: Pearson.
- Solomon, M. (2018). *Consumer behavior: Buying, Having and Being* . NY: Prentice Hall.