



UNIVERSIDADE LUSÍADA DE LISBOA

Programa da Unidade Curricular
PSICOLOGIA DO CONSUMO
Ano Lectivo 2019/2020

1. Unidade Orgânica

Faculdade de Ciências da Economia e da Empresa (1º Ciclo)

2. Curso

MARKETING

3. Ciclo de Estudos

1º

4. Unidade Curricular

PSICOLOGIA DO CONSUMO (V1017)

5. Área Científica

6. Ano curricular

2º

7. Tipo de Unidade Curricular / Semestre

2º Semestre



UNIVERSIDADE LUSÍADA DE LISBOA

8. Tipo de aula e carga horária (tempo de trabalho)

| | |
|-------------------------|-------|
| Aulas Teóricas: | |
| Aulas Práticas: | |
| Aulas Teórico-práticas: | 30,00 |
| Orientação Tutorial: | 20,00 |

9. Créditos

6,00

10. Coordenador da Área Científica

11. Regente

Prof. Doutor CARLOS JOSE BERNARDO DA SILVA BARRACHO

12. Assistentes

13. Língua de ensino

Português

14. Objectivos Gerais

Dar aos alunos os conhecimentos técnicos e científicos gerais sobre a importância do consumo na vida moderna.

15. Objectivos Específicos

Conhecer os métodos e técnicas específicos relativos ao consumo.

16. Competências a adquirir

Compreensão dos fenómenos relativos ao comportamento do consumidor

17. Metodologia de ensino

Expositiva e discussão de grupos.

18. Conteúdos Programáticos



UNIVERSIDADE LUSÍADA DE LISBOA

1. Introdução ao estudo do comportamento do consumidor
 - 1.1. Teorias do comportamento do consumidor
 - 1.2. A importância do conhecimento do comportamento do consumidor para o marketing
2. Os atributos do consumidor
 - 2.1. Traços pessoais e personalidade do consumidor
 - 2.2. Identidade e imagem: corporate identity and brand identity
 - 2.3. Atitudes e comportamentos
 - 2.4. Estilos de vida
3. Processos Sociais
 - 3.1. Motivação, necessidades
 - 3.2. Emoções e publicidade
 - 3.3. Processos grupais de influência
 - 3.4. Grupos de referência
 - 3.5. Líderes de opinião
4. Processos Mentais
 - 4.1. Estilos cognitivos
 - 4.2. Cognição e afecto
 - 4.3. Percepção
 - 4.4. O processamento das mensagens
 - 4.5. Estilos de comunicação
 - 4.6. O processo de decisão
5. Comportamento do consumidor
 - 5.1. Aquisição de produtos
 - 5.2. Aquisição de bens duráveis e não duráveis
 - 5.3. Shopping and buying
6. Aplicações ao Marketing Global
 - 6.1. Segmentação de mercado
 - 6.2. Estratégias de marca
 - 6.3. Respostas do consumidor à comunicação de marketing

19. Métodos de Avaliação

Mini-testes e trabalhos

20. Recursos Didáticos

Bibliografia especializada, recurso a exercícios práticos e consulta de sites específicos.

21. Palavras Chave

Comportamento, Consumo, Mercado, Marca, Publicidade



UNIVERSIDADE LUSÍADA DE LISBOA

23. Bibliografia Principal

Autor(es): Carlos Barracho
Título: Psicologia Económica e do Consumo
Edição: 1ª Ano: 2009
Local: Lisboa
Editora: Lusíada

Autor(es): Pardo, Ismael Quintanilla
Título: Psicología del Consumidor
Edição: 1ª Ano: 2002
Local: Madrid
Editora: Prentice Hall

Autor(es): Mowen, John C., Minor, Michael S.
Título: Comportamento do Consumidor
Edição: 1ª Ano: 2006
Local: Brasil
Editora: Prentice Hall

24. Bibliografia Complementar

Autor(es):
Título:
Edição: Ano:
Local:
Editora:

Autor(es):
Título:
Edição: Ano:
Local:
Editora:



UNIVERSIDADE LUSÍADA DE LISBOA

| Ficha técnica MIP | |
|--|---|
| Título | Programa da unidade curricular 'PSICOLOGIA DO CONSUMO': Ano Lectivo 2019/2020 |
| Autor | Prof. Doutor CARLOS JOSE BERNARDO DA SILVA BARRACHO |
| Classificação | - |
| Descritores | - |
| Colaborador(es) | - |
| Data/Hora | 17-07-2019 16:26:00 |
| Formato de dados | Texto, PDF |
| Estatuto de utilização | Acesso público |
| Relação | Versão 1,0 |
| (c) Universidade Lusíada de Lisboa, 2019 | |