



ch

UNIVERSIDADE LUSÍADA DE LISBOA

## Programa de Unidade Curricular

- Ano Lectivo 2007/2008 -

### Faculdade

Ciências da Economia e da Empresa

### Licenciatura

Marketing e Publicidade

### Unidade Curricular

Psicologia do Consumo

**Ano:** 1º

**Tipo:** 2º Semestre

**Nº ECTS:** 6

### Regente

Prof. Doutor Carlos Barracho

### Assistente

-

### Carga Horária Lectiva Semanal

Aulas Teóricas: -

Aulas Teórico-práticas: 2

Orientação Tutorial: 1

### Língua de Ensino

Português

### Objectivos Gerais

Dar a conhecer as várias teorias, modelos e fenómenos que caracterizam a Psicologia do Consumo e que se assume como transdisciplinar, numa abordagem teórica e prática.

### Objectivos Específicos

Pretende-se que os alunos saibam interpretar os problemas relativos ao comportamento do consumidor numa perspectiva psicológica, a partir de alguns estudos de caso os problemas relacionados com o comportamento do consumidor em diferentes âmbitos de intervenção.

### Competências a adquirir

Conhecimento teórico e prático da problemática do consumo tanto na perspectiva do





di

## UNIVERSIDADE LUSÍADA DE LISBOA

produtor como no do consumidor.

### Metodologia de Ensino

As aulas caracterizar-se-ão por uma metodologia expositiva recorrendo sempre que possível a explicações e exemplos práticos e exercícios variados permitindo que o aluno construa o seu conhecimento.

### Programa da Unidade Curricular / Conteúdo programático

#### 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
- 1.3. Consumidores Globais: comunidades globais de consumo
- 1.4. *Branding* e Publicidade: do global ao multilocal
- 1.5. Teorias convergentes e divergentes na explicação do comportamento do consumidor

#### 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



4

## UNIVERSIDADE LUSÍADA DE LISBOA

- 6.1. Segmentação de mercado
- 6.2. Estratégias de marca
- 6.3. Respostas do consumidor à comunicação de marketing

### **Bibliografia Principal**

#### **Autor(es)**

Carlos Barracho

#### **Título**

Lições de Psicologia Económica

#### **Edição**

2ª

#### **Local**

Lisboa

#### **Editora**

Instituto Piaget

#### **Ano**

2000

#### **Autor(es)**

Dubois, B., Rovira, A.

#### **Título**

Comportamiento del consumidor

#### **Edição**

2ª

#### **Local**

Madrid

#### **Editora**

Ed. Prentice Hall

#### **Ano**

1998



cl

## UNIVERSIDADE LUSÍADA DE LISBOA

### **Bibliografia Complementar**

#### **Autor(es)**

Assael, H

#### **Título**

Comportamiento del consumidor

#### **Edição**

6ª

#### **Local**

Madrid

#### **Editora**

Editorial Internacional Thomson Editores

#### **Ano**

1999

#### **Autor(es)**

Antonides, G

#### **Título**

Consumer behavior: a European perspective

#### **Edição**

Última

#### **Local**

Chichester

#### **Editora**

John Wiley.

#### **Ano**

1998

### **Metodologia de Avaliação Contínua / Elementos relevantes**

Estudo de casos práticos, visualização de projecções animadas, discussão de grupo, trabalhos e relatório final.

### **Recursos Didácticos**



UNIVERSIDADE LUSÍADA DE LISBOA

**Palavras-chave**

Psicologia Económica – Consumo – Estilos de Vida – Políticas Culturais

*Conf. Zuzana dos*