

**Gestão de Recursos Humanos e Comportamento Organizacional**

Licenciatura, 1º Ciclo

Plano: RCC 21/12/2010 [DR.4928/2011 21.03.2011]

**Ficha da Unidade Curricular: Psicologia do Consumidor**

ECTS: 4; Horas - Totais: 108.0, Contacto e Tipologia, TP:60.0; OT:15.0;

Ano | Semestre: 2 | S1; Ramo: Tronco Comum;

Tipo: Obrigatória; Interação: Presencial; Código: 964028

Área Científica: Psicologia

**Docente Responsável**

Maria Alexandra Falcão Bento Baptista Vilhena de Carvalho

Professor Adjunto

**Docente e horas de contacto**

Maria Alexandra Falcão Bento Baptista Vilhena de Carvalho

Professor Adjunto, TP: 60; OT: 15;

**Objetivos de Aprendizagem**

No final da unidade curricular os alunos devem conhecer o processo de consumo, a sua evolução e as variáveis que o influenciam, bem como a influência do marketing para a compreensão do comportamento do consumidor.

**Conteúdos Programáticos**

I – O Consumo como Objecto de Estudo Sociológico. II – Abordagens Teóricas ao Fenómeno do Consumo. III – Génese das Necessidades e Consumo. IV – Influências Grupais e Consumo. V – O processo de Consumo e a Aprendizagem. VI – Órgãos de Comunicação Social, Equação Produção – Consumo e a sua Influência no Comportamento do Consumidor.

**Conteúdos Programáticos (detalhado)**

I – O Consumo como objeto de estudo sociológico

1.1 – O consumo e os seus significados

1.2 – Consumismo e consumerismo

II – Abordagens Teóricas ao fenómeno do Consumo

2.1 – Mary Douglas e Barry Isherwood

2.2 – Jean Baudrillard

2.3 – Thomas Veblen

2.4 – Pierre Bourdieu

III – Génese das Necessidades e Consumo

3.1 – Do necessário ao supérfluo

3.2 – Do prazer à poupança (e vice-versa)

IV – Influências Grupais e Consumo

4.1 – A família

4.2 – Outros grupos de referência e de pertença

V – O processo de Consumo e a Aprendizagem

5.1 – O processo de consumo

5.2 – A aprendizagem

5.3 – Atitudes e comportamentos

5.4 – Variáveis ambientais e o consumidor

5.5 – As classes sociais

5.6 – As variáveis pessoais e o consumidor (factores sociodemográficos)

VI – Órgãos de Comunicação Social, Equação Produção – Consumo e a sua Influência no Comportamento do Consumidor

6.1 – A reprodução de sistemas de produção, comunicação e de consumo através da análise do marketing.

### **Metodologias de avaliação**

Na época de avaliação contínua: teste final escrito (60%) e a apresentação de um trabalho prático (40%). Dispensa de exame o alunos que tiver uma classificação maior ou igual a 10 valores.

### **Software utilizado em aula**

Não aplicável.

### **Estágio**

Não aplicável.

### **Bibliografia recomendada**

- Santos, B. (1994). *O Livro dos Consumidores*, Lisboa: Bertrand.
- Dubois, B. (1998). *Compreender o Consumidor*, Lisboa: D. Quixote.
- Slater, D. (1997). *Consumer, Culture and Modernity*, Cambridge: Polity Press, UK.
- Baudrillard, J. (2014). *A Sociedade de Consumo*, (Vol. 54). Lisboa: Edições 70.

### **Coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos**

Na unidade curricular de Psicologia do Consumidor são abordadas as correntes teóricas associadas ao fenómeno de consumo e como as diversas variáveis influenciam esse mesmo fenómeno.

### **Metodologias de ensino**

Aulas teóricas onde os tópicos do programa são abordados, complementadas com aulas práticas onde são debatidos esses temas e onde os alunos expõem igualmente o trabalho.

### **Coerência das metodologias de ensino com os objetivos**

O acompanhamento de temas expostos com a análise de artigos de livros ou revistas que abordem estas questões permitem uma maior interação entre o exposto teoricamente e o seu enquadramento quando analisado à luz de exemplos reais. Este debate permite construir a base de trabalho para a exposição oral que os alunos terão de fazer no final do período lectivo.

### **Língua de ensino**

Português

### **Pré requisitos**

Não aplicável.

**Programas Opcionais recomendados**

Não aplicável.

**Observações**

---

**Docente Responsável**

Maria Alexandra Casualho

**Diretor de Curso, Comissão de Curso**

Fraúete Jesus dos

**Conselho Técnico-Científico**

António Gomes da Costa

