
Ano Letivo 2020-21

Unidade Curricular COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR

Cursos GESTÃO DE ORGANIZAÇÕES TURÍSTICAS (2.º Ciclo)

Unidade Orgânica Faculdade de Economia

Código da Unidade Curricular 14661021

Área Científica ECONOMIA

Sigla

Línguas de Aprendizagem
Inglês

Modalidade de ensino
Presencial (e/ou à distância)

Docente Responsável Dora Lúcia Miguel Agapito

DOCENTE	TIPO DE AULA	TURMAS	TOTAL HORAS DE CONTACTO (*)
Dora Lúcia Miguel Agapito	O; OT; TP	TP1; OT1; LO1	18TP; 12OT; 3O
Maria Manuela Pires Rosa	O; OT; TP	TP1; OT1; LO1	6TP; 6OT; 3O

* Para turmas lecionadas conjuntamente, apenas é contabilizada a carga horária de uma delas.

ANO	PERÍODO DE FUNCIONAMENTO*	HORAS DE CONTACTO	HORAS TOTAIS DE TRABALHO	ECTS
1º	S1	18TP; 18OT; 3O	168	6

* A-Anual;S-Semestral;Q-Quadrimestral;T-Trimestral

Precedências

Sem precedências

Conhecimentos Prévios recomendados

N/A

Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências)

Esta unidade curricular visa dotar os estudantes de conhecimentos, aptidões e competências no âmbito dos seguintes objetivos: a) compreender os principais conceitos, teorias e modelos do comportamento do consumidor no contexto do processo de tomada de decisão do turista; b) analisar de forma crítica casos práticos na perspetiva do comportamento do consumidor, através da identificação de problemas e definição de soluções adequadas numa abordagem de investigação de gestão responsável.

Conteúdos programáticos

1. Comportamento do consumidor e comportamento do turista: Conceitos introdutórios
2. Processo de tomada de decisão do turista
3. Modelos do comportamento do consumidor
4. Tendências na investigação do comportamento do turista no âmbito de gestão responsável
5. Estudos de caso

Metodologias de ensino (avaliação incluída)

A unidade curricular é composta por 8 sessões de 3 horas cada, seguindo o formato de aulas teórico/práticas e a abordagem de *research-informed teaching*. Os tópicos programáticos serão ilustrados através de casos práticos e com aplicações empíricas. Profissionais do setor do turismo serão convidados a participar em sessões temáticas.

Modelo de avaliação:

Trabalho individual escrito a ser entregue na data do exame de época normal: 100% (os estudantes terão acesso a um guião detalhado com linhas de orientação para a elaboração dos trabalhos e respetivos critérios de avaliação). A avaliação requer uma participação de, no mínimo, 75% das aulas.

Exame de recurso/melhoria: 100% (de acordo com calendário e regulamentos em vigor)

Bibliografia principal

- Agapito, D. (2020) The senses in tourism design: A bibliometric review. *Annals of Tourism Research*, 83(July), 102934.
- Cohen, S. et al. (2014) Consumer behaviour in tourism: Concepts, influences and opportunities. *Current Issues in Tourism*, 17(10), 872-909.
- Dixit, S. K. (2017) *Routledge Handbook of Consumer Behaviour In Hospitality and Tourism*, Oxon, Routledge.
- Rosa, M. et al. (2020) An analysis of elderly tourists' constraints in the use of public transport, *International Journal of Transport Development and Integration*, 4(2), 163,178.
- Solomon, M. R. et al. (2016) *Consumer Behaviour: A European Perspective*, 6th ed. Harlow: Pearson.
- Song, H. & Witt, S. F. (2000) *Tourism Demand Modelling and Forecasting: Modern Econometric Approaches*, Oxford, UK, Pergamon.
- Swarbrooke, J. & Horner, S. (2016) *Consumer Behaviour in Tourism*, 3rd ed., Oxon, Routledge.
- Weeden, C. (2014) *Responsible Tourism Behaviour*, Oxon, Routledge.

Academic Year 2020-21

Course unit CONSUMER BEHAVIOUR

Courses TOURISM ORGANIZATIONS MANAGEMENT

Faculty / School THE FACULTY OF ECONOMICS

Main Scientific Area

Acronym

Language of instruction English

Teaching/Learning modality In-class face-to-face sessions (and/or distance teaching)

Coordinating teacher Dora Lúcia Miguel Agapito

Teaching staff	Type	Classes	Hours (*)
Dora Lúcia Miguel Agapito	O; OT; TP	TP1; OT1; LO1	18TP; 12OT; 3O
Maria Manuela Pires Rosa	O; OT; TP	TP1; OT1; LO1	6TP; 6OT; 3O

* For classes taught jointly, it is only accounted the workload of one.

Contact hours

T	TP	PL	TC	S	E	OT	O	Total
0	18	0	0	0	0	18	3	168

T - Theoretical; TP - Theoretical and practical ; PL - Practical and laboratorial; TC - Field Work; S - Seminar; E - Training; OT - Tutorial; O - Other

Pre-requisites

no pre-requisites

Prior knowledge and skills

N/A

The students intended learning outcomes (knowledge, skills and competences)

This course unit aims to provide students with knowledge, skills and competences considering the following objectives: a) to understand the main concepts, theories and models of consumer behaviour in the context of tourist decision-making processes; and b) to critically analyse case studies on research trends in tourist behaviour by identifying problems and adequate solutions from a responsible managerial approach.

Syllabus

1. Consumer behaviour and tourist behaviour: Introductory concepts;
2. Tourist decision-making process;
3. Consumer behaviour models;
4. Research trends in tourist behaviour and responsible managerial approaches;
5. Case studies.

Teaching methodologies (including evaluation)

The course is composed of 8 sessions of 3 hours each, following the theoretical/practical classes format, and the research-informed teaching approach. The main topics will be illustrated through case examples with empirical and practical applications. Industry guest speakers will be invited to participate in thematic sessions.

Assessment model:

Paper to be delivered on the normal exam date: this individual written assignment weighs 100% of the student's grade (students will have access to a detailed guide with instructions and evaluation criteria). The minimum class attendance requirement is 75%.

Re-sit and improvement exams: 100% (according to current evaluation calendar and regulations)

Main Bibliography

- Agapito, D. (2020) The senses in tourism design: A bibliometric review. *Annals of Tourism Research* , 83(July), 102934.
- Cohen, S. et al. (2014) Consumer behaviour in tourism: Concepts, influences and opportunities. *Current Issues in Tourism* , 17(10), 872-909.
- Dixit, S. K. (2017) *Routledge Handbook of Consumer Behaviour In Hospitality and Tourism* , Oxon, Routledge.
- Rosa, M. et al. (2020) An analysis of elderly tourists` constraints in the use of public transport, *International Journal of Transport Development and Integration* , 4(2), 163,178.
- Solomon, M. R. et al. (2016) *Consumer Behaviour: A European Perspective*, 6th ed. Harlow: Pearson.
- Song, H. & Witt, S. F. (2000) *Tourism Demand Modelling and Forecasting: Modern Econometric Approaches* , Oxford, UK, Pergamon.
- Swarbrooke, J. & Horner, S. (2016) *Consumer Behaviour in Tourism*, 3rd ed., Oxon, Routledge.
- Weeden, C. (2014) *Responsible Tourism Behaviour* , Oxon, Routledge.