
Ano Letivo 2022-23

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

Código CNAEF (3 dígitos) 314

Contributo para os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável - ODS (Indicar até 3 objetivos) 8;12

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	OT; TP	TP1; OT1	30TP; 30T

* 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	24TP; 18OT; 6O	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 no contexto do turismo
3. Modelos do comportamento do consumidor aplicados ao turismo
4. Tendências na investigação do comportamento do consumidor no contexto turístico
5. Estudos de caso

Metodologias de ensino (avaliação incluída)

A unidade curricular segue 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:

Elementos de avaliação da Época Normal:

Trabalho de grupo (opcional): 40% Para o trabalho de grupo ser considerado na avaliação, há um requisito de participação mínima em 75% das aulas e uma nota mínima de 7.5 valores no exame de época normal. Um guia de trabalho detalhado com orientações e critérios de avaliação consta da tutoria eletrónica

Exame escrito: 60% (com trabalho de grupo) ou 100% (sem trabalho de grupo)

Época de recurso/melhoria:

Exame escrito: 100% (de acordo com os regulamentos em vigor)

Bibliografia principal

- 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.
- Dolnicar, S. (2020). Designing for more environmentally friendly tourism. *Annals of Tourism Research*, 84, 102933.
- Horner, S. & Swarbrooke, J. (2021) *Consumer Behaviour in Tourism*, 4th ed., Oxon, Routledge.
- Solomon, M. R. et al. (2019) *Consumer Behaviour: A European Perspective*, 7th ed., Harlow, Pearson.
- Tran-Ha, L. & Agapito, D. (2022) Senses, consumer behaviour and tourism experiences design. In Agapito et al. (Eds.), *Handbook on the tourist experience: design, marketing and management*. Cheltenham, Elgar Edward.
- Weeden, C. (2014) *Responsible Tourism Behaviour*, Oxon, Routledge.

Note: Additional materials (e.g., journal articles) will be available on the online platform (tutoria eletrónica).

Academic Year 2022-23

Course unit CONSUMER BEHAVIOUR

Courses TOURISM ORGANIZATIONS MANAGEMENT
Common Branch

Faculty / School THE FACULTY OF ECONOMICS

Main Scientific Area

Acronym

CNAEF code (3 digits) 314

Contribution to Sustainable Development Goals - SGD (Designate up to 3 objectives) 8;12

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	OT; TP	TP1; OT1	30TP; 3OT

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

Contact hours	T	TP	PL	TC	S	E	OT	O	Total
	0	24	0	0	0	0	18	6	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 in the tourism context;
3. Consumer behaviour models applied to tourism;
4. Research trends in tourist behaviour;
5. Case studies.

Teaching methodologies (including evaluation)

The course follows 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:

Evaluation elements in Normal Season:

Group work (optional) 40%. The group work will only be considered with a minimum class attendance of 75% and a minimum score of 7.5 in the normal exam. Students will have access to a detailed guide with instructions and evaluation criteria for the group work.

Written exam: 60% (with group work) or 100% (without group work)

Re-sit/Improvement season:

Written exam: 100% (according to current evaluation regulations)

Main Bibliography

- 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.
- Dolnicar, S. (2020). Designing for more environmentally friendly tourism. *Annals of Tourism Research*, 84, 102933.
- Horner, S. & Swarbrooke, J. (2021) *Consumer Behaviour in Tourism*, 4th ed., Oxon, Routledge.
- Solomon, M. R. et al. (2019) *Consumer Behaviour: A European Perspective*, 7th ed., Harlow, Pearson.
- Tran-Ha, L. & Agapito, D. (2022) Senses, consumer behaviour and tourism experiences design. In Agapito et al. (Eds.), *Handbook on the tourist experience: design, marketing and management*. Cheltenham, Elgar Edward.
- Weeden, C. (2014) *Responsible Tourism Behaviour*, Oxon, Routledge.

Note: Additional materials (e.g., journal articles) will be available on the online platform (tutoria eletrónica).