

---

**Ano Letivo** 2023-24

---

**Unidade Curricular** COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR

---

**Cursos** ECONOMIA DO TURISMO E DESENVOLVIMENTO REGIONAL (2.º Ciclo)

---

**Unidade Orgânica** Faculdade de Economia

---

**Código da Unidade Curricular** 17031021

---

**Área Científica** ECONOMIA

---

**Sigla**

---

**Código CNAEF (3 dígitos)** 314

---

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

---

**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 (*)
---------	--------------	--------	-----------------------------

\* 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 no contexto do turismo; b) analisar de forma crítica casos práticos na perspectiva do comportamento do consumidor, através da identificação de problemas e definição de soluções adequadas tendo em conta abordagens de investigação contemporâneas.

### Conteúdos programáticos

1. Comportamento do consumidor e especificidades no turismo: Conceitos introdutórios
  2. Processo de tomada de decisão no contexto do turismo
    - 2.1. Fatores internos
    - 2.2. Fatores externos
  3. Modelos do comportamento do consumidor aplicados ao turismo
  4. Tendências na investigação do comportamento do consumidor no contexto turístico
  5. Casos práticos aplicados ao turismo
- 

### 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

- Agapito, D., Ribeiro, A., & Woosnam, K. (2022). *Handbook on the tourist experience*. Elgar Edward.
- Cohen, S.A., Prayag, G., & Moital, M. (2014). Consumer behaviour in tourism: Concepts, influences and opportunities. *Current Issues in Tourism*, 17, 872 - 909.
- Decrop, A. (2006). *Vacation decision making*. Cabi.
- Dixit, D. K., Lee, K-H, & Loo P. T. (2022). *Consumer behavior in hospitality and tourism*. Routledge.
- Horner, S. & Swarbrooke, J. (2021) *Consumer Behaviour in Tourism*, 4<sup>th</sup> edition. Routledge.
- Solomon, M. R. (2019) *Consumer Behaviour: Buying, Having, and Being*, 13<sup>th</sup> edition. Harlow, Pearson.

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

---

**Academic Year** 2023-24

---

**Course unit** CONSUMER BEHAVIOUR

---

**Courses** TOURISM ECONOMICS AND REGIONAL DEVELOPMENT (2nd cycle)  
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 learning)

**Coordinating teacher** Dora Lúcia Miguel Agapito

Teaching staff	Type	Classes	Hours (*)
----------------	------	---------	-----------

\* 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.

#### Syllabus

1. Consumer behaviour and specificities in tourism: Introductory concepts
2. Tourist decision-making process in the tourism context
  - 2.1 Internal factors
  - 2.2 External factors
3. Consumer behaviour models applied to tourism
4. Research trends in consumer behaviour in tourism
5. Practical cases in tourism

### 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

- Agapito, D., Ribeiro, A., & Woosnam, K. (2022). *Handbook on the tourist experience*. Elgar Edward.
- Cohen, S.A., Prayag, G., & Moital, M. (2014). Consumer behaviour in tourism: Concepts, influences and opportunities. *Current Issues in Tourism*, 17, 872 - 909.
- Decrop, A. (2006). *Vacation decision making*. Cabi.
- Dixit, D. K., Lee, K-H, & Loo P. T. (2022). *Consumer behavior in hospitality and tourism*. Routledge.
- Horner, S. & Swarbrooke, J. (2021) *Consumer Behaviour in Tourism*, 4<sup>th</sup> edition. Routledge.
- Solomon, M. R. (2019) *Consumer Behaviour: Buying, Having, and Being*, 13<sup>th</sup> edition. Harlow, Pearson.

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