

EFE5759 - Comportamento do Consumidor no Esporte

O consumidor esportivo e seu comportamento (diferentes agentes do mercado de consumo no esporte; diferenças entre consumidores, torcedores e fãs; características do consumidor de produtos e serviços esportivos; e, tipos de estudos sobre consumidores esportivos). Estudo do comportamento do consumidor no Esporte (fatores que influenciam no comportamento do consumidor esportivo – fatores internos ou psicológicos, fatores externos, grupos de referência, grupos culturais e a mídia). Fatores internos ou psicológicos – o torcedor inconstante (personalidade, percepção, aprendizagem e atitudes). Fatores externos ou sociais (grupos de referência, influências culturais, mercadológicas, situacionais e midiáticas). Julgamento e processo de tomada de decisão do consumidor esportivo (fatores a serem considerados para a tomada de decisão para o envolvimento esportivo, tipos de risco percebido, identificação de problemas, busca de informações, avaliação de alternativas, escolha, o papel da motivação no processo de tomada de decisão do consumidor esportivo). Consumo hedônico vs consumo utilitário no Esporte. Atenção e percepção no consumo de produtos esportivos. Proposições temáticas para a pesquisa em Comportamento do Consumidor no Esporte. O papel da pesquisa para o conhecimento do consumidor esportivo (abordagem baseada na informação para comercializar o esporte, características de um sistema ideal de informações para o consumo em Esporte, fontes de dados para um sistema de informação do consumidor em Esporte, problemas comuns das pesquisas em Esporte e análise de dados de pesquisa em Esporte).

EFE5759 - Consumer Behavior in Sports

The sports consumers and their behavior (consumption of different market players in the sport, differences between consumers, fans and others; consumer characteristics of sporting goods and services, and types of studies on sports consumers). Consumer behavior studies in Sport (factors influencing the sport consumer behavior - internal or psychological factors, external factors, reference groups, cultural groups and the media). Internal or psychological factors - the fickle fan (personality, perception, learning and attitudes). External or social factors (reference groups, cultural influences, market, situational and media). The decision-making process and judgment of sports consumer (factors to be considered in the decision-making for sports involvement, types of perceived risk, problem identification, information search, evaluation of alternatives, choose the role of motivation in the process sports consumer decision-making). Hedonic vs utility consumption in sports. Attention and perception in the consumption of sports products. Thematic proposals for research in Consumer Behaviour in Sport. The role of research for knowledge of the sports consumer (approach based on the information to Market, an ideal information system for consumption in Sport, data sources for consumer information system in sport, common problems of search in Sport and research data analysis in Sport).

EFE5759 - Comportamiento del consumidor en los Deportes

Los consumidores de deportes y su comportamiento (consumo de los diferentes actores del mercado en el deporte, las diferencias entre los consumidores, los fãs y los hinchas; características de los consumidores de bienes y servicios deportivos y tipos de estudios sobre los consumidores deportivos). Estudio del comportamiento del consumidor en Deportes (factores que influyen en el comportamiento de los consumidores - factores internos o psicológicos, factores externos, grupos de referencia, grupos culturales y medios de comunicación). Factores internos o psicológicos - el hincha (personalidad, percepción, aprendizaje y actitudes). Factores externos o sociales (grupos de referencia, influencias culturales, mercado, situación y medios de comunicación). Juicio y proceso de tomada de decisiones en deportes (factores a considerar en la tomada de decisiones para consumo de los deportes, tipos de riesgo percibido, identificación de problemas, búsqueda de información, evaluación de alternativas, el papel de la motivación en el proceso de tomada de decisiones de los consumidores de deportes). Consumo hedónico vs Consumo utilitário de productos y servicios deportivos. Atención y percepción. Propuestas temáticas para investigación em el comportamiento del consumidor en el deporte. La investigación para el conocimiento del consumidor deportivo (enfoque basado en la información, sistema de información ideal para el consumo en el Deporte, fuentes de datos para el sistema de información al consumidor en el deporte, problemas de investigación en el Deporte y análisis de datos de investigación en el consumo del Deporte).