

Programa de estudios de la asignatura

Comportamiento del Consumidor

Área de desarrollo profesional

Clave: ME201

Objetivo general de la asignatura

Al finalizar el curso el alumno

Identificará los factores personales que influyen en los procesos de compra además de analizar la influencia del entorno en el comportamiento del comprador.

Temas y subtemas

1. Estudio del comportamiento del consumidor.
 - 1.1 Definición del comportamiento del consumidor.
 - 1.2 Conocimiento de los consumidores y los segmentos del mercado.
 - 1.3 Factores ambientales que influyen en el comportamiento del consumidor.
2. Importancia de la cultura en las decisiones de marketing.
 - 2.1 Subcultura.
 - 2.2 Clase social.
 - 2.3 Grupos sociales.
 - 2.4 La familia.
3. influencia personal y difusión de innovaciones.
 - 3.1 Determinantes individuales del comportamiento del consumidor.
 - 3.2 Motivación y participación.
 - 3.3 Procesamiento de información.
 - 3.4 Aprendizaje y memoria.
4. Actitudes.
 - 4.1 Cambio de actitudes.
 - 4.2 Reconocimiento de problemas.
5. Investigación y evaluación.
 - 5.1 Los procesos de compra.
 - 5.2 Comportamiento después de la compra.
 - 5.3 Modelación e investigación del comportamiento del consumidor.
 - 5.4 Consumismo.
 - 5.5 Comportamiento de compra institucional.