



FACULTAD DE FILOSOFÍA Y CIENCIAS HUMANAS

ESCUELA DE COMUNICACIÓN

1. Datos generales

Materia: COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR
Código: CMN0303
Paralelo: A
Periodo : Septiembre-2019 a Febrero-2020
Profesor: RINCON DEL VALLE NATALIA MARIA
Correo electrónico: nrincon@uazuay.edu.ec

Nivel: 3

Distribución de horas.

Docencia	Práctico	Autónomo: 96		Total horas
		Sistemas de tutorías	Autónomo	
64	0	16	80	160

Prerrequisitos:

Ninguno

2. Descripción y objetivos de la materia

Primero se hará un breve repaso a los conceptos que definen la importancia de estudiar el comportamiento del consumidor. Luego el estudiante identificará los pasos para realizar una investigación del comportamiento del consumidor. Se realizarán lecturas de diversos autores latinoamericanos, norteamericanos y europeos con el afán de distinguir cómo difieren los diversos factores que influyen en el comportamiento, estos son: Culturales, sociales, personales y psicológicos. Al final se aplicarán los conocimientos para comprender el proceso de decisión de compra y las tendencias. También cómo se suscitan metáforas para interrogar a la mente. Al final del ciclo el estudiante analizará las diversas estrategias que se pueden desarrollar para lograr un consumo responsable.

Esta materia contribuye a que el estudiante reconozca y aplique las teorías del comportamiento del consumidor e identifica las tendencias del entorno para interpretar su comportamiento. Así podrá planificar, ejecutar y evaluar campañas publicitarias y sociales. También podrá diseñar diversas estrategias de comunicaciones integradas al marketing al identificar los factores que influyen en el comportamiento del consumidor.

Esta materia se articula con mercadeo, publicidad, redacción creativa, mercadeo, campañas y marketing social.

3. Objetivos de Desarrollo Sostenible

4. Contenidos

1.1	Concepto de marketing
1.2	Filosofía del marketing
1.3	Definición de comportamiento del consumidor
1.4	Los actores que intervienen en el comportamiento de consumo
2.1	Los tiempos cambian. Importancia del estudio del comportamiento del consumidor.
2.1	Tendencias ¿Hacia dónde vamos?
2.4	Nuevos consumidores
2.5	Alternativas de consumo. Consumo responsable.
2.6	Consumidor ecológico.
2.7	Inteligencia ecológica.

3.1	Factores personales
3.2	Edad, sexo y etapa del ciclo de vida (video dos cerebros) (sopa de letras)
3.3	Estilos de vida. Personalidad. Lectura de Arellano.
3.4	La metáfora y la retórica en el comportamiento del consumidor
3.5	Los recursos retóricos presentes como influyentes
4.1	Las necesidades y la motivación
4.2	Las sensaciones y la percepción
4.3	Aprendizaje
4.4	Los juegos mentales. Visionado de video "Cerebration"
4.5	Las actitudes
4.6	El proceso de decisión de compra
4.7	La toma de decisiones de compra. El proceso y el rol de los influyentes.
4.8	Influencia situacional: Cuándo, dónde y por qué comprar.
5.1	Cultura
5.2	Subcultura
5.3	Clase social NSE. La teoría económica. La familia
5.4	La familia. Grupos de referencia.

5. Sistema de Evaluación

Resultado de aprendizaje de la carrera relacionados con la materia

Resultado de aprendizaje de la materia

aq. Reconoce las teorías del comportamiento del consumidor e identifica las tendencias del entorno para interpretar su comportamiento

Evidencias

-Identifica y analiza los diversos modelos que se toman como referencia para entender al consumidor e interpretar su comportamiento.

-Evaluación escrita
-Evaluación oral
-Investigaciones
-Reactivos
-Trabajos prácticos -
productos

Desglose de evaluación

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
Reactivos	Capítulo I	Comportamiento del Consumidor	APORTE	5	Semana: 5 (07-OCT-19 al 10-OCT-19)
Investigaciones	Capítulo I, II y III	Comportamiento del Consumidor, Nuevos consumidores, Tendencias de consumo	APORTE	10	Semana: 10 (11-NOV-19 al 13-NOV-19)
Trabajos prácticos - productos	Capítulo I, II, III y IV	Comportamiento del Consumidor, Introducción a los factores que inciden en el comportamiento., Nuevos consumidores, Tendencias de consumo	APORTE	15	Semana: 15 (16-DIC-19 al 21-DIC-19)
Evaluación escrita	Todos los capítulos	Comportamiento del Consumidor, Factores culturales y sociales, Factores psicológicos, Introducción a los factores que inciden en el comportamiento., Nuevos consumidores, Tendencias de consumo	EXAMEN	20	Semana: 19 (13-ENE-20 al 18-ENE-20)
Evaluación oral	Todos los capítulos	Comportamiento del Consumidor, Factores culturales y sociales, Factores psicológicos, Introducción a los factores que inciden en el comportamiento., Nuevos consumidores, Tendencias de consumo	SUPLETORIO	20	Semana: 21 (al)

Metodología

Descripción	Tipo horas
La metodología de trabajo se fundamentará en el aprendizaje significativo, para lo cual se utilizarán las siguientes herramientas pedagógicas. 1. Aprendizaje basado en problemas: el estudiante analizará de manera teórico- práctica los elementos que deben inferir en las estructura organizacional y elementos administrativos utilizando el conocimiento constructivista y crítico. 2. Clase magistral: el docente impartirá sus conocimientos mediante presentaciones audiovisuales que permitan a los estudiantes comprender y captar el contenido y el sentido de aplicación de la materia con el desarrollo de su profesión. 3. Trabajos prácticos individuales: durante el desarrollo de a clase y utilizando medios informáticos se hará llegar a los estudiantes planteamientos de resolución de trabajos, los cuales deberán ser desarrollados de manera escrita por los mismos. 4. Aprendizaje Colaborativo: cada vez que se aborde un tema por parte del docente se ejecutarán ejercicios de aplicación práctica, los cuales serán desarrollados de manera colaborativa, es decir, entre grupos de estudiantes con la tutela del docente.	Total docencia

Criterios de evaluación

Descripción	Tipo horas
Trabajos individuales serán presentados por medio del sistema del aula virtual de la UDA, en donde se considerará la investigación, la redacción, ortografía y la opinión del estudiante sobre el tema solicitado. - Trabajos grupales serán presentados en el aula y se calificará los criterios de trabajo en equipo, investigación, ortografía, presentación, creatividad, fluidez de los expositores. - Lecciones escritas se apreciará el procedimiento, el análisis, el criterio analítico, fluidez oral. - Lecciones orales fluidez y el dominio de términos especializados en el área serán de mucha importancia, al igual que el manejo del público. - Examen final: se realizará con un profesor asignado como tribunal, de igual manera el estudiante demostrará su aprendizaje.	Total docencia

6. Referencias

Bibliografía base

Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
C		C		

Web

Software

Revista

Bibliografía de apoyo
Libros

Web

Software

Revista

Docente

Director/Junta

Fecha aprobación: **16/09/2019**

Estado: **Aprobado**