UNIVERSIDAD DEL AZUAY

FACULTAD DE FILOSOFÍA Y CIENCIAS HUMANAS
ESCUELA DE COMUNICACIÓN

1. Datos generales

Materia: COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR
Código: CMN0303
Paralelo: A
Periodo : Septiembre-2020 a Febrero-2021
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	Filosofia 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	Evidencias
aq. Reconoce las teorías del comportamiento del consumidor e identifica las tendencias del entorno para interpretar su comportamiento	
-Identifica y analiza los diversos modelos que se toman como referencia para entender al consumidor e interpretar su comportamiento.	-Foros, debates, chats y otros -Investigaciones -Reactivos -Trabajos prácticos - productos

Desglose de evaluación

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
Foros, debates, chats y otros	capítulo I y II	Comportamiento del Consumidor, Tendencias de consumo	APORTE DESEMPEÑO	5	Semana: 4 (12-OCT-20 al 17-OCT-20)
Investigaciones	Capítulos III	Comportamiento del Consumidor, Introducción a los factores que inciden en el comportamiento., Nuevos consumidores, Tendencias de consumo	APORTE DESEMPEÑO	5	Semana: 19-20 (25-01-2021 al 30-01-2021)
	APORTE CUMPLIMIENTO		APORTE CUMPLIMIENTO	10	Semana: 13 (14-DIC-20 al 19-DIC-20)
	APORTE ASISTENCIA		APORTE ASISTENCIA	10	Semana: 13 (14-DIC-20 al 19-DIC-20)
Trabajos prácticos - productos	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 FINAL ASINCRÓNICO	10	Semana: 19-20 (25-01-2021 al 30-01-2021)
Reactivos	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 FINAL SINCRÓNICO	10	Semana: 19-20 (25-01-2021 al 30-01-2021)
Trabajos prácticos - productos	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 ASINCRÓNICO	10	Semana: 19-20 (25-01-2021 al 30-01-2021)
Reactivos	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 SINCRÓNICO	10	Semana: 19-20 (25-01-2021 al 30-01-2021)

Metodología

Descripción	Tipo horas
cccc	Total docencia

Criterios de evaluación

Descripción	Tipo horas
Trabajos individuales, serán presentados por medio del sistema del CAMPUS VIRTUAL, en donde se considerará la investigación, redacción, ortografía y la opinión del estudiante sobre el tema solicitado. Trabajos grupales serán presentados en el aula y se calificarán los criterios de trabajo en equipo, investigación. Lecciones escritas se apreciará el procedimiento, el análisis, el criterio analítico, fluidez oral.	Total docencia

6. Referencias

Bibliografía base

Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
c		c		

Web

Software

Revista

Bibliografía de apoyo

Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
Néstor Braidot	Gestión 2000	Neuro marketing	2009	9789584241719
Kother Philip & Armstrong Gary	Pearson	Marketing	2012	978-607-32-1420-9
Rolando Arellano Cueva	Mc Graw Hill	Comportamiento del consumidor Enfoque América Latina	2002	9701035275

Web

Software

Revista

Docente

Director/Junta

Fecha aprobación: 18/09/2020

Estado: Aprobado