



FACULTAD DE FILOSOFÍA Y CIENCIAS HUMANAS

ESCUELA DE TURISMO

1. Datos generales

Materia: COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR
Código: TRS0601
Paralelo: A
Periodo : Marzo-2021 a Julio-2021
Profesor: RINCON DEL VALLE NATALIA MARIA
Correo electrónico: nrincon@uazuay.edu.ec

Nivel: 6

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.

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.

Se podrá planificar, ejecutar y evaluar campañas publicitarias turísticas. También podrá diseñar diversas estrategias de comunicaciones integradas al marketing turístico al identificar los factores que influyen en el comportamiento del consumidor.

3. Objetivos de Desarrollo Sostenible

4. Contenidos

1	Comportamiento del Consumidor
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	Tendencias de consumo
2.1	Los tiempos cambian. Importancia del estudio del comportamiento del consumidor.
2.4	Nuevos consumidores
2.5	Alternativas de consumo. Consumo responsable.
2.6	Consumidor ecológico.
2.7	Inteligencia ecológica.

3	Introducción a los factores que inciden en el comportamiento.
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	Factores psicológicos
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	Factores culturales y sociales
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

. Identifica las tendencias de mercado turístico para la formulación de estrategias de marketing aplicadas a la creación de productos turísticos.

-Reconoce cuales son los factores claves para ejecutar un proceso de creación y diferenciación de productos y servicios turísticos

-Evaluación escrita
-Investigaciones
-Trabajos prácticos -
productos

. Utiliza información cuantitativa para el manejo adecuado en la toma de decisiones.

-Distingue los requerimientos actuales de la oferta y demanda en el sector turístico

-Evaluación escrita
-Investigaciones
-Trabajos prácticos -
productos

Desglose de evaluación

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
Trabajos prácticos - productos	Capítulo I y II	Comportamiento del Consumidor, Tendencias de consumo	APORTE DESEMPEÑO	10	Semana: 4 (05-ABR-21 al 10-ABR-21)
	APORTE CUMPLIMIENTO		APORTE CUMPLIMIENTO	10	Semana: 15 (21-JUN-21 al 26-JUN-21)
	APORTE ASISTENCIA		APORTE ASISTENCIA	10	Semana: 15 (21-JUN-21 al 26-JUN-21)
Investigaciones	Todos los capítulos	Comportamiento del Consumidor, Factores culturales y sociales, Factores psicológicos, Introducción a los factores que inciden en el comportamiento., Tendencias de consumo	EXAMEN FINAL ASINCRÓNICO	10	Semana: 19-20 (19-07-2021 al 25-07-2021)
Evaluación escrita	Todos los capítulos	Comportamiento del Consumidor, Factores culturales y sociales, Factores psicológicos, Introducción a los factores que inciden en el comportamiento., Tendencias de consumo	EXAMEN FINAL SINCRÓNICO	10	Semana: 19-20 (19-07-2021 al 25-07-2021)
Investigaciones	Todos los capítulos	Comportamiento del Consumidor, Factores culturales y sociales, Factores psicológicos, Introducción a los factores que inciden en el comportamiento., Tendencias de consumo	SUPLETORIO ASINCRÓNICO	10	Semana: 19-20 (19-07-2021 al 25-07-2021)
Evaluación escrita	Todos los capítulos	Comportamiento del Consumidor, Factores culturales y sociales, Factores psicológicos, Introducción a los factores que inciden en el comportamiento., Tendencias de consumo	SUPLETORIO SINCRÓNICO	10	Semana: 19-20 (19-07-2021 al 25-07-2021)

Metodología

Descripción	Tipo horas
<p>Presentación de trabajos individuales y grupales. Creación de dos eventos.</p> <p>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.</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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 mediante la creación de un evento. 	Autónomo
<p>Trabajos individuales.</p> <p>Trabajos grupales.</p> <p>investigación.</p> <p>Lecciones escritas</p>	Horas Docente

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.	Autónomo
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.	Horas Autónomo
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 mediante la creación de un evento.	Total docencia

6. Referencias

Bibliografía base

Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
Rolando Arellano Cueva	Mc Graw Hill	Comportamiento del consumidor Enfoque América Latina	2002	9701035275
J. Paul Peter, Jerry C. Olson	McGraw Hill	Comportamiento del Consumidor y Estrategia de Marketing	2006	

Web

Autor	Título	Url
Gloria Berenguer Contrí, Gloria Berenguer Contrí, and Miguel Ángel Gómez Borja	Comportamiento del consumidor	https://ebookcentral.proquest.com/lib/uasuausp/detail.action?docID=3207152&query=comportamiento+del+consumidor

Software

Revista

Bibliografía de apoyo

Libros

Web

Software

Revista

Docente

Director/Junta

Fecha aprobación: **10/03/2021**

Estado: **Aprobado**