

FACULTAD DE FILOSOFÍA Y CIENCIAS HUMANAS

ESCUELA DE TURISMO

1. Datos generales

Materia: COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR
Código: TRS0601
Paralelo: A
Periodo : Marzo-2023 a Julio-2023
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. La cátedra se articula con el Objetivo 11: Ciudades y Comunidades Sostenibles

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. 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
-Reactivos
-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
-Reactivos
-Trabajos prácticos -
productos

Desglose de evaluación

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
Evaluación escrita	Capítulo I y II	Comportamiento del Consumidor, Tendencias de consumo	APORTE	5	Semana: 5 (10-ABR-23 al 15-ABR-23)
Investigaciones	Lección escrita y trabajos de investigación	Comportamiento del Consumidor, Introducción a los factores que inciden en el comportamiento., Tendencias de consumo	APORTE	10	Semana: 9 (08-MAY-23 al 13-MAY-23)
Reactivos	Lecciones y trabajos de todos los capítulos	Comportamiento del Consumidor, Factores culturales y sociales, Factores psicológicos, Introducción a los factores que inciden en el comportamiento., Tendencias de consumo	APORTE	15	Semana: 12 (29-MAY-23 al 03-JUN-23)
Evaluación escrita	Trabajo individual y examen final todos los contenidos	Comportamiento del Consumidor, Factores culturales y sociales, Factores psicológicos, Introducción a los factores que inciden en el comportamiento., Tendencias de consumo	EXAMEN	15	Semana: 19-20 (16-07-2023 al 22-07-2023)
Trabajos prácticos - productos	Trabajo práctico	Comportamiento del Consumidor, Factores culturales y sociales, Factores psicológicos, Introducción a los factores que inciden en el comportamiento., Tendencias de consumo	EXAMEN	5	Semana: 19-20 (16-07-2023 al 22-07-2023)
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	20	Semana: 19 (al)

Metodología

Descripción	Tipo horas
<p>Trabajos individuales, serán presentados en la plataforma de la Universidad del Azuay, se enviará una rúbrica base.</p> <p>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.</p> <p>Se trabajará en análisis de casos, en donde el estudiante aplicará la base teórica, analítica para la resolución de los mismos.</p> <p>Presentaciones</p> <p>Charlas Magistrales</p>	Autónomo

Trabajos Prácticos: durante el desarrollo de la clase y utilizando medios informativos se hará llegar a los estudiantes planteamientos de resolución de trabajos, los cuales deberán ser desarrollados de manera escrita y oral según el caso por los mismos.

Aprendizaje Colaborativo: cada vez que se aborde de un tema por parte del docente se ejecutarán ejercicios de aplicación práctica los cuales serán desarrollados de manera colaborativa en grupo y en equipos.

Total docencia

Criterios de evaluación

Descripción	Tipo horas
Se realizará una socialización de las rúbricas de acuerdo al trabajo a realizar, esté podrá ser individual o en grupo.	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
Las lecciones serán escritas y orales de acuerdo a los temas dictados en clases. La base para la presentación de trabajos será considerar, la investigación, redacción, ortografía. Trabajos grupales serán presentados en el aula y se calificarán los criterios de trabajo en equipo, investigación.	Total docencia

6. Referencias

Bibliografía base

Libros

Web

Autor	Título	Url
Gloria Berenguer Contrí, Gloria Berenguer Contrí, and Miguel Ángel Gómez Borja	Comportamiento del consumidor	https://ebookcentral.proquest.com/lib/uasuaysp/detail.action?docID=3207152&query=comportamiento+del+consumidor
MINTUR Natalia Rincón Catalina González	COMPORTAMIENTO DEL TURISMO PROVINCIA DEL AZUAY	https://servicios.turismo.gob.ec

Software

Revista

Bibliografía de apoyo

Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
Rolando Arellano Cueva	Mc Graw Hill	Comportamiento del consumidor Enfoque América Latina	2002	9701035275
Castillo, H., & Mejía, M. G.		Cómo estimular la mente del consumidor con el neuromarketing: tres poderosas estrategias y seis casos de éxito.	2019	
JAVIER ALONSO RIVAS / IDELFONSO GRANDE ESTEBAN	Alfaomega	COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR DECISIONES Y ESTRATEGIAS DE MARKETING	2012	978-84-7356-717-6

Web

Autor	Título	Url
https://www.talkwalker.com/es/blog/comportamiento-del-consumidor-en-marketing		https://www.talkwalker.com/es/blog/comportamiento-del-consumidor-en-marketing

Software

Revista

Autor	Volumen	Título	Año	DOI
Erika Janet Moreno	CIENCIA LATINA	Comportamiento del consumidor y el	2021	null

Docente

Director/Junta

Fecha aprobación: **06/03/2023**

Estado: **Aprobado**