UNIVERSIDAD DEL AZUAY

FACULTAD DE FILOSOFÍA Y CIENCIAS HUMANAS
ESCUELA DE TURISMO

1. Datos generales

Materia: COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR
Código: TRS0601
Paralelo: A
Periodo : Marzo-2024 a Junio-2024
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	Filosofia 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 -Evaluación oral -Proyectos
. 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 -Evaluación oral -Proyectos

Desglose de evaluación

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
Evaluación escrita	Capítulo I	Comportamiento del Consumidor	APORTE	10	Semana: 4 (18-MAR-24 al 23-MAR-24)
Evaluación oral	CAPÍTULOS I, II, Y III	Comportamiento del Consumidor, Introducción a los factores que inciden en el comportamiento., Tendencias de consumo	APORTE	10	Semana: 8 (15-ABR-24 al 20-ABR-24)
Proyectos	DESARROLLO DE TRABAJO	Comportamiento del Consumidor, Factores culturales y sociales, Factores psicológicos, Introducción a los factores que inciden en el comportamiento., Tendencias de consumo	APORTE	10	Semana: 16 (10-JUN-24 al 11-JUN-24)
Evaluación escrita	TODO EL CONTENIDO	Comportamiento del Consumidor, Factores culturales y sociales, Factores psicológicos, Introducción a los factores que inciden en el comportamiento., Tendencias de consumo	EXAMEN	20	Semana: 16 (10-JUN-24 al 11-JUN-24)
Evaluación escrita	TODO EL CONTENIDO	Comportamiento del Consumidor, Factores culturales y sociales, Factores psicológicos, Introducción a los factores que inciden en el comportamiento., Tendencias de consumo	SUPLETORIO	20	Semana: 19-20 (al)

Metodología

Descripción	Tipo horas
Los contenidos tendrán una fundamentación teórica pero a la vez se trabajará con instancias de aprendizaje tales como, el contexto, la experiencia, el texto y la institución, de otra parte los contenidos están diseñados para realizar un aprendizaje significativo que conlleve el desarrollo de los saberes. Se utilizará material audiovisual, bibliográfico.	Autónomo
El sistema de trabajo en clases será teórico – práctico; analítico – sintético, por tanto el profesor preparará sus clases y las hará eminentemente participativas con los alumnos, se llevarán a cabo controles de lectura, retroalimentación, discusiones, actividades de reflexión, trabajos grupales e individuales tanto en el aula como fuera de ella.	Total docencia

Criterios de evaluación

Descripción	Tipo horas
Trabajos individuales serán presentados por medio del sistema del aula virtual UDA, en donde se considerará la investigación, la redacción ortográfica y la opinión del estudiante sobre el tema solicitado. Trabajos grupales serán presentados en el aula y se calificará criterios de trabajo en equipo. creatividad y fluidez de los expositores.	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
Se evaluará: Los procesos de aprendizaje y el desarrollo de las habilidades de los estudiantes. Casos prácticos, desarrollo de nuevas propuestas con base al comportamiento turístico.	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

Software

Revista

Bibliografía de apoyo

Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
Arellano, R.		Comportamiento del consumidor-Enfoque América Latina	2003	
Kother Philip & Armstrong Gary	Pearson	Marketing	2012	978-607-32-1420-9

Web

Autor	Título	Url
Bustamante, Juan Carlos	Uso de variables mediadoras y moderadoras en la explicación de la lealtad del consumidor en ambientes de servicios	https://search.proquest.com/docview/1784041517?accountid=36552

Software

Revista

Autor	Volumen	Título	Año	DOI
CIENCIA LATINA	https://ciencialatina.	Comportamiento del consumidor y el	null	null

Docente

Director/Junta

Fecha aprobación: 09/02/2024

Estado: Aprobado