



FACULTAD DE FILOSOFÍA Y CIENCIAS HUMANAS

ESCUELA DE TURISMO

1. Datos generales

Materia: INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y
Código: TRM504
Paralelo: A
Periodo : Agosto-2024 a Diciembre-2024
Profesor: RINCON DEL VALLE NATALIA MARIA
Correo electrónico: nrincon@uazuay.edu.ec

Nivel: 5

Distribución de horas.

Docencia	Práctico	Autónomo: 96		Total horas
		Sistemas de tutorías	Autónomo	
48	0	0	96	144

Prerrequisitos:

Ninguno

2. Descripción y objetivos de la materia

La materia se dividirá en cuatro módulos de la siguiente manera: Módulo I: Comportamiento del consumidor, conceptos básicos, tendencias ¿hacia dónde vamos? y nuevos consumidores. Módulo II: Introducción a los factores que inciden en el comportamiento del consumidor. Módulo III: Factores culturales y sociales, personales y psicológicos. Módulo IV: Investigación de mercados

La asignatura del comportamiento del consumidor se relaciona con las asignaturas de marketing turístico e investigación cualitativa y cuantitativa aplica al turismo.

La materia de comportamiento del consumidor es importante porque le proporciona al estudiante las habilidades y conocimientos necesarios para comprender y anticipar las necesidades y deseos de los consumidores. Esto es crucial en cualquier campo relacionado con el marketing, ventas o gestión de productos y servicios.

3. Objetivos de Desarrollo Sostenible



4. Contenidos

1	Comportamiento del Consumidor
1.1	Definición de comportamiento del consumidor
1.2	Los actores que intervienen en el comportamiento de consumo
1.3	Tendencias de consumo
1.4	Tendencias ¿Hacia dónde vamos?
2	Nuevos consumidores
2.1	Alternativas de consumo. Consumo responsable.
2.2	Consumidor ecológico

3	Introducción a los factores que inciden en el comportamiento
3.1	Factores culturales y sociales
3.2	Cultura, Subcultura, Clase social NSE. La teoría económica. La familia
3.3	Factores personales y psicológicos
3.4	Edad, sexo y etapa del ciclo de vida
3.5	Estilos de vida. Personalidad. Lectura de Arellano
3.6	La metáfora y la retórica en el comportamiento del consumidor
3.7	Los recursos retóricos presentes como influyentes
3.8	Las necesidades y la motivación
3.9	Las sensaciones y la percepción
3.10	Aprendizaje
4	Técnicas de investigación de mercado cualitativas y cuantitativas aplicadas al turismo
4.1	Análisis de la imagen y posicionamiento de destinos y empresas turísticas
4.2	Investigación de hábitos de compra, preferencias y tendencias del mercado turístico

5. Sistema de Evaluación

Resultado de aprendizaje de la carrera relacionados con la materia

Resultado de aprendizaje de la materia

Evidencias

Ivm. Conoce las nuevas tendencias del mercado y tendencias en el área turística, los segmentos de la demanda y los factores que afectan el comportamiento del consumidor.

-Conoce las principales herramientas de comercialización de productos turísticos.

-Evaluación escrita
-Investigaciones

Desglose de evaluación

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
Evaluación escrita	capítulo i y ii	Comportamiento del Consumidor , Nuevos consumidores	APORTE	10	Semana: 4 (16-SEP-24 al 21-SEP-24)
Investigaciones	capítulo ii y iii	Introducción a los factores que inciden en el comportamiento, Nuevos consumidores	APORTE	10	Semana: 8 (14-OCT-24 al 19-OCT-24)
Evaluación escrita	todos los capítulos	Introducción a los factores que inciden en el comportamiento, Técnicas de investigación de mercado cualitativas y cuantitativas aplicadas al turismo	APORTE	10	Semana: 14 (25-NOV-24 al 30-NOV-24)
Evaluación escrita	Todos los capítulos	Comportamiento del Consumidor , Introducción a los factores que inciden en el comportamiento, Nuevos consumidores , Técnicas de investigación de mercado cualitativas y cuantitativas aplicadas al turismo	EXAMEN	20	Semana: 15 (02-DEC-24 al 03-DEC-24)
Evaluación escrita	Todos los capítulos	Comportamiento del Consumidor , Introducción a los factores que inciden en el comportamiento, Nuevos consumidores , Técnicas de investigación de mercado cualitativas y cuantitativas aplicadas al turismo	SUPLETORIO	20	Semana: 17-18 (15-12-2024 al 21-12-2024)

Metodología

Descripción	Tipo horas
<ul style="list-style-type: none">• Aprendizajes de competencias con la finalidad de potencializar los procesos de aprendizaje y el desarrollo de las habilidades de los estudiantes.• Aprendizaje basado en problemas cuyo propósito será aplicar la teoría a la práctica, a través de casos de estudio del consumidor en el Ecuador.• Aprendizaje basado en proyectos para el desarrollo de nuevas propuestas y aplicar las mismas en conjunto con otras asignaturas de la carrera buscando un aporte hacia la sociedad.	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 calificara criterios de trabajo en equipo, investigación, ortografía, presentación, creatividad y fluidez de los expositores.	Total docencia

6. Referencias

Bibliografía base

Libros

Web

Autor	Título	Url
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
Schiffman, L& Lazar Kanuk, L. Arellano, R.	Pearson	Comportamiento del Consumidor	2015	
Malhotra / Naresh	Pearson	Comportamiento del consumidor-Enfoque América Latina Investigación de Mercados	2003 2008	

Web

Software

Revista

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

Docente

Director/Junta

Fecha aprobación: **26/06/2024**

Estado: **Aprobado**