



FACULTAD DE FILOSOFÍA Y CIENCIAS HUMANAS

ESCUELA COMUNICACIÓN SOCIAL

1. Datos generales

Materia: COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR
Código: FLC0239
Paralelo: A
Periodo : Septiembre-2017 a Febrero-2018
Profesor: RINCON DEL VALLE NATALIA MARIA
Correo electrónico: nrincon@uazuay.edu.ec

Nivel: 3

Distribución de horas.

Docencia	Práctico	Autónomo:		Total horas
		Sistemas de tutorías	Autónomo	
5				5

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	Definición de comportamiento del consumidor
1.2	Los tiempos cambian. Importancia del estudio del comportamiento del consumidor.
1.3	Nuevos consumidores
1.4	Alternativas de consumo. Consumo responsable. Consumidor ecológico.
1.5	Inteligencia ecológica.
1.6	El proceso de investigación del consumidor
1.7	Bases para la segmentación en el consumidor
2.1	Introducción a los factores que inciden en el comportamiento.
3.1	Edad, sexo y etapa del ciclo de vida (video dos cerebros) (sopa de letras)
3.2	Estilos de vida. Personalidad. Lectura de Arellano.

4.1	Interrogar a la mente/el cerebro suscitar metáforas
4.2	Los recursos retóricos presentes como influyentes
5.1	Las necesidades y la motivación
5.2	Las sensaciones y la percepción
5.3	Aprendizaje
5.4	Los juegos mentales. Visionado de video "Cerebration"
5.5	Las actitudes
6.1	La toma de decisiones de compra. El proceso y el rol de los influyentes.
6.2	Influencia situacional: Cuándo, dónde y por qué comprar.

5. Sistema de Evaluación

Resultado de aprendizaje de la carrera relacionados con la materia

Resultado de aprendizaje de la materia

Evidencias

ap. Reconoce las teorías de la psicología del consumidor e identifica las tendencias del entorno para interpretar su comportamiento.

-Distingue las variables que influyen en las decisiones del consumidor dentro del mercado ecuatoriano y mundial.

-Evaluación escrita
-Prácticas de campo (externas)
-Reactivos
-Trabajos prácticos - productos

-Identifica y analiza los diversos modelos que se toman como referencia para entender al consumidor e interpretar su comportamiento.

-Evaluación escrita
-Prácticas de campo (externas)
-Reactivos
-Trabajos prácticos - productos

-Reconoce y aplica los conocimientos teóricos para analizar tendencias de nuestra sociedad que inciden en el comportamiento de nuestro consumidor.

-Evaluación escrita
-Prácticas de campo (externas)
-Reactivos
-Trabajos prácticos - productos

Desglose de evaluación

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
Reactivos	capítulo I y II	Características que afectan el comportamiento del consumidor, Comportamiento del consumidor. Conceptos básicos.	APOORTE 1	5	Semana: 5 (23-OCT-17 al 28-OCT-17)
Trabajos prácticos - productos	Capítulo III y IV	Factores personales, La metáfora y la retórica en el comportamiento del consumidor	APOORTE 2	10	Semana: 10 (27-NOV-17 al 02-DIC-17)
Prácticas de campo (externas)	Capítulo V y VI	El proceso de decisión de compra, Factores psicológicos	APOORTE 3	15	Semana: 15 (02-ENE-18 al 06-ENE-18)
Evaluación escrita	Todos los capítulos	Características que afectan el comportamiento del consumidor, Comportamiento del consumidor. Conceptos básicos., El proceso de decisión de compra, Factores culturales y sociales, Factores personales, Factores psicológicos, La metáfora y la retórica en el comportamiento del consumidor, Tendencias de consumo	EXAMEN	20	Semana: 17-18 (14-01-2018 al 27-01-2018)
Evaluación escrita	Todos los capítulos	Características que afectan el comportamiento del consumidor, Comportamiento del consumidor. Conceptos básicos., El proceso de decisión de compra, Factores culturales y sociales, Factores personales, Factores psicológicos, La metáfora y la retórica en el comportamiento del consumidor, Tendencias de consumo	SUPLETORIO	20	Semana: 19-20 (28-01-2018 al 03-02-2018)

Metodología

Criterios de evaluación

6. Referencias

Bibliografía base

Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
SHIFFMAN, LEON G.; LAZAR KANUK, LESLIE.	Pearson	COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR	2010	9786074429695

Web

Autor	Título	Url
Fenollar, Pedro	Ebrary Estilos De Vida: Paradigma Del Mercado	http://site.ebrary.com/lib/uasuyasp/docDetail.action?docID=10117120&p00=comportamiento%20del%20consu
Martínez Salinas Eva, Idelfonso Grande Esteban. Fraj Andrés Elena.	Universia	http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=1976544

Software

Revista

Bibliografía de apoyo

Libros

Web

Software

Revista

Docente

Director/Junta

Fecha aprobación: **04/09/2017**

Estado: **Aprobado**