



FACULTAD DE FILOSOFÍA Y CIENCIAS HUMANAS

ESCUELA DE COMUNICACIÓN

1. Datos generales

Materia: COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

Código: CMN0303

Paralelo:

Periodo : Septiembre-2019 a Febrero-2020

Profesor: RINCON DEL VALLE NATALIA MARIA

Correo electrónico nrincon@uazuay.edu.ec

Prerrequisitos:

Ninguno

Docencia	Práctico	Autónomo: 96		Total horas
		Sistemas de tutorías	Autónomo	
64	0	16	80	160

2. Descripción y objetivos de la materia

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.

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 se articula con mercadeo, publicidad, redacción creativa, mercadeo, campañas y marketing social.

3. Contenidos

1	Comportamiento del Consumidor
1.1	Concepto de marketing (3 horas)
1.2	Filosofía del marketing (3 horas)
1.3	Definición de comportamiento del consumidor (2 horas)
1.4	Los actores que intervienen en el comportamiento de consumo (2 horas)
2	Tendencias de consumo
2.1	Los tiempos cambian. Importancia del estudio del comportamiento del consumidor. (2 horas)
2.1	Tendencias ¿Hacia dónde vamos? (3 horas)
2.4	Nuevos consumidores
2.5	Alternativas de consumo. Consumo responsable. (2 horas)
2.6	Consumidor ecológico. (3 horas)
2.7	Inteligencia ecológica. (2 horas)
3	Introducción a los factores que inciden en el comportamiento.
3.1	Factores personales (2 horas)
3.2	Edad, sexo y etapa del ciclo de vida (video dos cerebros) (sopa de letras) (3 horas)
3.3	Estilos de vida. Personalidad. Lectura de Arellano. (2 horas)
3.4	La metáfora y la retórica en el comportamiento del consumidor (3 horas)
3.5	Los recursos retóricos presentes como influyentes (2 horas)
4	Factores psicológicos
4.1	Las necesidades y la motivación (3 horas)

4.2	Las sensaciones y la percepción (3 horas)
4.3	Aprendizaje (2 horas)
4.4	Los juegos mentales. Visionado de video "Cerebration" (2 horas)
4.5	Las actitudes (2 horas)
4.6	El proceso de decisión de compra (3 horas)
4.7	La toma de decisiones de compra. El proceso y el rol de los influyentes. (2 horas)
4.8	Influencia situacional: Cuándo, dónde y por qué comprar. (2 horas)
5	Factores culturales y sociales
5.1	Cultura (3 horas)
5.2	Subcultura (2 horas)
5.3	Clase social NSE. La teoría económica. La familia (2 horas)
5.4	La familia. Grupos de referencia. (2 horas)

4. Sistema de Evaluación

Resultado de aprendizaje de la carrera relacionados con la materia

Resultado de aprendizaje de la materia	Evidencias
aq. Reconoce las teorías del comportamiento del consumidor e identifica las tendencias del entorno para interpretar su comportamiento	
-Identifica y analiza los diversos modelos que se toman como referencia para entender al consumidor e interpretar su comportamiento.	-Evaluación escrita -Evaluación oral -Investigaciones -Reactivos -Trabajos prácticos - productos

Desglose de evaluación

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
Reactivos	Capítulo I		APORTE	5	Semana: 5 (07/10/19 al 10/10/19)
Investigaciones	Capítulo I, II y III		APORTE	10	Semana: 10 (11/11/19 al 13/11/19)
Trabajos prácticos - productos	Capítulo I, II, III y IV		APORTE	15	Semana: 15 (16/12/19 al 21/12/19)
Evaluación escrita	Todos los capítulos		EXAMEN	20	Semana: 19 (13/01/20 al 18/01/20)
Evaluación oral	Todos los capítulos		SUPLETORIO	20	Semana: 21 (al)

Metodología

Criterios de Evaluación

5. Referencias

Bibliografía base

Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
c		c		

Web

Software

Bibliografía de apoyo

Libros

Web

Software

Docente

Director/Junta

Fecha aprobación: 16/09/2019

Estado: Aprobado