



FACULTAD DE FILOSOFÍA Y CIENCIAS HUMANAS

ESCUELA DE TURISMO

1. Datos generales

Materia: COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

Código: TRS0601

Paralelo:

Periodo : Marzo-2022 a Agosto-2022

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.

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.

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. Contenidos

1	Comportamiento del Consumidor
1.1	Concepto de marketing (1 horas)
1.2	Filosofía del marketing (2 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)
2.4	Nuevos consumidores (2 horas)
2.5	Alternativas de consumo. Consumo responsable. (2 horas)
2.6	Consumidor ecológico. (2 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) (2 horas)
3.3	Estilos de vida. Personalidad. Lectura de Arellano. (2 horas)
3.4	La metáfora y la retórica en el comportamiento del consumidor (2 horas)
3.5	Los recursos retóricos presentes como influyentes (2 horas)
4	Factores psicológicos
4.1	Las necesidades y la motivación (2 horas)
4.2	Las sensaciones y la percepción (2 horas)

4.3	Aprendizaje (2 horas)
4.4	Los juegos mentales. Visionado de video "Cerebration" (3 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 (2 horas)
5.2	Subcultura (2 horas)
5.3	Clase social NSE. La teoría económica. La familia (3 horas)
5.4	La familia. Grupos de referencia. (3 horas)

4. 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 -Visitas técnicas
. 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 -Foros, debates, chats y otros -Prácticas de campo (externas) -Trabajos prácticos - productos

Desglose de evaluación

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
Evaluación escrita	Capítulo I		APORTE	10	Semana: 4 (12/04/22 al 14/04/22)
Trabajos prácticos - productos	Capítulos I, II y III		APORTE	10	Semana: 8 (09/05/22 al 14/05/22)
Trabajos prácticos - productos	Todos los capítulos		APORTE	10	Semana: 14 (20/06/22 al 25/06/22)
Evaluación escrita	Todos los capítulos		EXAMEN	20	Semana: 17-18 (10-07-2022 al 23-07-2022)
Evaluación escrita	Todos los capítulos		SUPLETORIO	20	Semana: 19 (al)

Metodología

Criterios de Evaluación

5. Referencias

Bibliografía base

Libros

Web

Autor	Título	URL
Gloria Berenguer Contrí,	Comportamiento del consumidor	https://ebookcentral.proquest.com/lib/uasuyasp/detail .

Bibliografía de apoyo

Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
Rolando Arellano Cueva	Mc Graw Hill	Comportamiento del consumidor Enfoque América Latina	2002	9701035275
Idelfonso Grande, Esteban	Esic Business Marketing School	Comportamiento del Consumidor Decisiones y Estrategias de Marketing	2013	

Web

Autor	Título	URL
MINTUR Natalia Rincón Catalina González	COMPORTAMIENTO DEL TURISMO PROVINCIA DEL AZUAY	

Software

Docente

Director/Junta

Fecha aprobación: 08/03/2022

Estado: Aprobado