

Plan 292 Dip. en CC. Empresariales

Asignatura 19261 COMPORTAMIENTO DEL
CONSUMIDOR:PSICOSOCIOLOGIA DEL MARKETING

Grupo 1

Presentación

Programa Básico

Objetivos

- 1.1. Trasladar al alumno una actitud responsable, participativa, reflexiva, crítica e investigadora válida para su futuro profesional.
- 1.2. Adquirir y asimilar los conocimientos psico-sociales del comportamiento del consumidor, junto con una conciencia consumerista y responsabilidad social

Programa de Teoría

PRIMERA PARTE: DIMENSION PSICOLÓGICA DEL CONSUMIDOR

Tema 1. Las motivaciones del consumidor

Tema 2. Las actitudes del consumidor y cómo se influye en ellas

Tema 3. La percepción del consumidor: formación de imágenes de marca

Tema 4. El aprendizaje del consumidor

Tema 5. Personalidad, autoconcepto y psicografía

SEGUNDA PARTE: DIMENSIONES SOCIALES DEL CONSUMIDOR

Tema 6. La cultura. Valores compartidos

Tema 7. El consumo como reflejo de la clase social

Tema 8. Grupo de referencia.

Tema 9. La influencia personal

Tema 10. La familia. Decisiones y consumo en el hogar

TERCERA PARTE: PROCESOS DECISORIOS DEL CONSUMIDOR

Tema 11. Decisiones complejas y de escasa implicación

CUARTA PARTE: COMUNICAR BIEN PARA DIRIGIR MEJOR

INTELIGENCIA EMOCIONAL :CLAVES PARA TRABAJAR EN GRUPOS

Programa Práctico

Evaluación

1. A través de un examen de contenidos referentes a la primera parte.
2. A través de la entrega de lecturas de reflexión sobre temas sociales (segunda parte) que serán de obligatorio cumplimiento.
3. A través de la participación individual y grupal en las actividades presentadas en clase.
4. A través de la actitud del alumno.

Bibliografía

- Alonso Rivas J.: Comportamiento del consumidor. ESIC. Madrid 1997
 - Múgica J.M. y Ruiz de Maya.: El comportamiento del consumidor. Ariel . Barcelona 1997
 - Los hábitos del consumo en Castilla y León. Junta de Castilla y León 1995
 - Mo Shapiro.: Aprenda a realizar entrevistas con éxito .Gestión 2000. Barcelona 2000.
-