



**Proyecto docente de la asignatura**

<b>Asignatura</b>	Comportamiento del Consumidor		
<b>Materia</b>	Comportamiento del Consumidor		
<b>Módulo</b>	Marketing y Comunicación		
<b>Titulación</b>	GRADO EN COMERCIO		
<b>Plan</b>	418	<b>Código</b>	41000
<b>Periodo de impartición</b>	1º Cuatrimestre	<b>Tipo/Carácter</b>	Obligatoria
<b>Nivel/Ciclo</b>	GRADO	<b>Curso</b>	SEGUNDO
<b>Créditos ECTS</b>	6		
<b>Lengua en que se imparte</b>	Español		
<b>Profesor/es responsable/s</b>	Fco. Javier Gómez González Ana Negro Macho Inés Moya e la Calle		
<b>Departamento(s)</b>	Sociología y Trabajo Social		
<b>Departamento</b>	Sociología y Trabajo Social		
<b>Área de conocimiento</b>	Sociología		



## 1. Situación / Sentido de la Asignatura

La asignatura de Comportamiento del Consumidor supone una aproximación desde las ciencias sociales y de la conducta a los fenómenos del Comportamiento de Consumo, tanto individual como colectivo. Se trata de una asignatura de marcado carácter interdisciplinar que recoge en sus propuestas explicativas las aportaciones de la Sociología, la Psicología y la Economía.

La asignatura está planteada desde un enfoque analítico e interpretativo. Sus contenidos están centrados en el estudio del comportamiento desde una óptica científica y rigurosa. Su dimensión aplicada sigue este planteamiento, ocupándose fundamentalmente de la exposición de los principios generales de la modificación del comportamiento. En esta dimensión, los contenidos de la asignatura estarán coordinados con los desarrollados en las asignaturas de Marketing y Comercialización.

La asignatura plantea trabajar dos niveles de análisis: uno de carácter micro, que describe los fenómenos que afectan directamente al comportamiento de consumo de cada actor, y otro de carácter macro, que analiza los cambios globales de la sociedad de consumo y de las dinámicas de creación y satisfacción de necesidades.

### 1.1 Contextualización

El objetivo de la asignatura es desarrollar competencias para el análisis y comprensión del comportamiento del consumidor que permitan una mayor eficacia en el desarrollo de actividades de marketing y en el planteamiento de estudios e investigaciones de mercado. En este sentido, la asignatura de Comportamiento del Consumidor provee de fundamentos analíticos y de claridad conceptual para facilitar el aterrizaje aplicado que realizarán otras asignaturas de la titulación.

Este objetivo global se estructura en los cuatro resultados siguientes:

1. Capacitar al alumnado para comprender y manejar conceptos relacionados con el Comportamiento del Consumidor y vinculados con la sociología, la psicología, la economía y otras ciencias del comportamiento.
2. Capacitar al alumnado para aplicar las diferentes herramientas conceptuales para analizar fenómenos concretos de comportamiento de consumo.
3. Desarrollar habilidades de investigación y una actitud científica de análisis riguroso y objetivo de los fenómenos de consumo.
4. Aportar un conocimiento objetivo y preciso de las tendencias de cambio en el comportamiento del consumidor, al tiempo que se provee de información acerca de las fuentes de datos fiables que permitirán actualizar el conocimiento sobre las tendencias de consumo durante el futuro profesional de los alumnos.

Aportar información sobre las estrategias y procedimientos para fomentar el cambio y la innovación del comportamiento.



## 1.2 Relación con otras materias

---

Mantiene una fuerte relación con las materias de Marketing y comercialización, si bien los diferentes planteamientos disciplinares excluyen la posibilidad de solapamiento.

## 1.3 Prerrequisitos

---

Ninguno

## 2. Competencias

---

### 2.1 Generales

---

G1/G2/G3/G4/G5/G6/

### 2.2 Específicas

---

E/16





### 3. Objetivos

### 4. Contenidos

### 5. Métodos docentes y principios metodológicos



