



FACULTAD DE FILOSOFÍA Y CIENCIAS HUMANAS

ESCUELA DE COMUNICACIÓN

1. Datos generales

Materia: COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR
Código: CMU301
Paralelo: A
Periodo : Septiembre-2023 a Febrero-2024
Profesor: RINCON DEL VALLE NATALIA MARIA
Correo electrónico: nrincon@uazuay.edu.ec

Nivel: 3

Distribución de horas.

Docencia	Práctico	Autónomo: 96		Total horas
		Sistemas de tutorías	Autónomo	
48	0	16	80	144

Prerrequisitos:

Código: UID0200 Materia: ELEMENTARY 2

2. Descripción y objetivos de la materia

La materia se dividirá en cuatro módulos de la siguiente manera: Módulo I: Comportamiento del consumidor, conceptos básicos, tendencias ¿hacia dónde vamos? y nuevos consumidores. Módulo II: Introducción a los factores que inciden en el comportamiento del consumidor. Módulo III: Factores culturales y sociales. Módulo IV: Factores sociales, personales y psicológicos.

La asignatura del comportamiento del consumidor se relaciona con las asignaturas de mercadeo, fotografía, retórica, mercadeo digital, marketing social.

La materia de comportamiento del consumidor es importante porque le proporciona al estudiante las habilidades y conocimientos necesarios para comprender y anticipar las necesidades y deseos de los consumidores. Esto es crucial en cualquier campo relacionado con el marketing, ventas o gestión de productos y servicios.

3. Objetivos de Desarrollo Sostenible



4. Contenidos

1.1	Concepto de marketing
1.2	Filosofía del marketing
1.3	Definición de comportamiento del consumidor
1.4	Los actores que intervienen en el comportamiento de consumo
2.1	Tendencias ¿Hacia dónde vamos?
2.3	Los tiempos cambian. Importancia del estudio del comportamiento del consumidor. (horas)
2.5	Alternativas de consumo. Consumo responsable.
2.6	Consumidor ecológico.

2.7	Inteligencia ecológica.
3.2	Cultura
3.3	Subcultura
3.4	Clase social NSE. La teoría económica. La familia
3.5	La familia. Grupos de referencia.
4	Factores personales y psicológicos
4.1	Edad, sexo y etapa del ciclo de vida (video dos cerebros) (sopa de letras)
4.2	Estilos de vida. Personalidad. Lectura de Arellano.
4.3	La metáfora y la retórica en el comportamiento del consumidor
4.4	Los recursos retóricos presentes como influyentes
4.5	Las necesidades y la motivación
4.6	Las sensaciones y la percepción
4.7	Aprendizaje
4.8	Los juegos mentales.
4.9	Las actitudes

5. Sistema de Evaluación

Resultado de aprendizaje de la carrera relacionados con la materia

Resultado de aprendizaje de la materia

Evidencias

CC2. Aplica los fundamentos de la comunicación comercial.

-Permite implementar nuevas estrategias para poder comprender las necesidades, gustos y preferencias del consumidor, así como evaluar las tendencias del consumo.

-Evaluación escrita
-Proyectos
-Reactivos
-Trabajos prácticos -
productos

CC3. Evalúa productos de comunicación comercial.

-Generar la capacidad de comprender los factores que conforman e influyen sobre el comportamiento del consumidor.

-Evaluación escrita
-Proyectos
-Reactivos
-Trabajos prácticos -
productos

Desglose de evaluación

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
Reactivos	CAPÍTULO I	Comportamiento del Consumidor	APORTE	5	Semana: 4 (10-OCT-23 al 14-OCT-23)
Evaluación escrita	CAPÍTULO I Y II, dividida por dos pruebas de 5 cada puntos por cada módulo	Comportamiento del Consumidor, Tendencias de consumo	APORTE	10	Semana: 8 (06-NOV-23 al 11-NOV-23)
Trabajos prácticos - productos	Todos los capítulos	Comportamiento del Consumidor, Factores personales y psicológicos , Introducción a los factores que inciden en el comportamiento., Tendencias de consumo	APORTE	15	Semana: 19-20 (21-01-2024 al 27-01-2024)
Proyectos	Proyecto	Comportamiento del Consumidor, Factores personales y psicológicos , Introducción a los factores que inciden en el comportamiento., Tendencias de consumo	EXAMEN	5	Semana: 19-20 (21-01-2024 al 27-01-2024)
Evaluación escrita	Todos los capítulos	Comportamiento del Consumidor, Factores personales y psicológicos , Introducción a los factores que inciden en el comportamiento., Tendencias de consumo	EXAMEN	15	Semana: 19 (al)
Evaluación escrita	TODOS LOS CAPÍTULOS	Comportamiento del Consumidor, Factores personales y psicológicos , Introducción a los factores que inciden en el comportamiento., Tendencias de consumo	SUPLETORIO	20	Semana: 20 (al)

Metodología

Descripción	Tipo horas
<ul style="list-style-type: none"> ¿ Aprendizajes de competencias con la finalidad de potencializar los procesos de aprendizaje y el desarrollo de las habilidades de los estudiantes. ¿ Aprendizaje basado en problemas cuyo propósito será aplicar la teoría a la práctica, a través de casos de estudio del consumidor en el Ecuador. ¿ Aprendizaje basado en proyectos para el desarrollo de nuevas propuestas y aplicar las mismas en conjunto con otras asignaturas de la carrera buscando un aporte hacia la sociedad. 	Total docencia

Criterios de evaluación

Descripción	Tipo horas
<p>Trabajos individuales serán presentados por medio del sistema del aula virtual UDA, en donde se considerará la investigación, la redacción ortográfica y la opinión del estudiante sobre el tema solicitado.</p> <p>Trabajos grupales serán presentados en el aula y se calificará criterios de trabajo en equipo, investigación, ortografía, presentación, creatividad y fluidez de los expositores.</p>	Total docencia

6. Referencias

Bibliografía base

Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
Arellano, R.		Comportamiento del consumidor-Enfoque América Latina	2003	

Web

Software

Bibliografía de apoyo

Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
LEON G. SCHIFFMAN - LESLIE LAZAR KANUK	Pearson Education	COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR	2010	978-0-13-505301-0
Daniel Gules	Nuestro Conocimiento	Comportamiento del consumidor y marketing omnicanal en la pandemia de COVID-19: Una reflexión de la pandemia de COVID-19 sobre el comportamiento del consumidor y el marketing omnicanal	2022	978-6204849690
PETER. J. PAUL	McGraw-Hill	COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR Y ESTRATEGIA DE MARKETING	2006	9701056329

Web

Autor	Título	Url
Mollá Descals, Alejandro - Berenguer Contrí, Gloria - Gómez Borja, Miguel Ángel - Quintanilla Pardo, Ismael	Comportamiento del consumidor	https://elibro.net/es/lc/uazuay/titulos/56347

Software

Revista

Autor	Volumen	Título	Año	DOI
Erika Janet Moreno	CIENCIA LATINA	Comportamiento del consumidor y el	2021	null

Docente

Director/Junta

Fecha aprobación: **14/09/2023**

Estado: **Aprobado**