

Tipo	Formato	Disposicion: Interno	Emisión	Revisión
Emitido	Dirección Académica	Aprobado: Direccion General	08/04/2015	

Licenciatura: TURISMO

Materia: ANÁLISI DEL CONSUMIDOR

Clave: LTU 505

Modalidad: Escolarizada

Cuatrimestre:

Horas:

OBJETIVO:	Al finalizar el curso el alumno podrá conocer, predecir y modificar el comportamiento de compra del consumidor.pet
------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

S	CLASE I	CLASE 2	CLASE 3	CLASE 4
1	ENCUADRE	UNIDAD I FUNDAMENTOS ELEMENTALES	1.1.- Estudios del comportamiento del consumidor.	1.1.- Estudios del comportamiento del consumidor.
2	1.1.- Estudios del comportamiento del consumidor.	1.1.- Estudios del comportamiento del consumidor.	1.1.- Estudios del comportamiento del consumidor.	1.1.- Estudios del comportamiento del consumidor.
3	1.2.- Definición del comportamiento del consumidor.	1.2.- Definición del comportamiento del consumidor.	1.2.- Definición del comportamiento del consumidor.	RETROALIMENTACION DE CONTENIDO
4	EXAMEN 1a. UNIDAD	UNIDAD II FACTORES AMBIENTALES	2.1.- Cultura.	2.1.- Cultura.
5	2.2.- Subcultura.	2.2.- Subcultura.	2.3.- Calases socioeconómica.	2.3.- Calases socioeconómica.

6	2.4.- Grupos sociales.	2.4.- Grupos sociales.	2.5.- Familia.	RETROALIMENTACION DE CONTENIDO
7	EXAMEN 2a. UNIDAD	UNIDAD III INFLUENCIAS PERSONALES	3.1.- Difusión de innovaciones.	3.1.- Difusión de innovaciones.
8	3.1.- Difusión de innovaciones.	3.2.- Motivación.	3.2.- Motivación.	3.3.- Procesamiento de información.
9	3.3.- Procesamiento de información.	3.3.- Procesamiento de información.	3.4.- Aprendizaje y memoria.	3.4.- Aprendizaje y memoria.
10	3.4.- Aprendizaje y memoria.	3.5.- Actitud y cambio de actitud.	3.5.- Actitud y cambio de actitud.	RETROALIMENTACION DE CONTENIDO
11	EXAMEN 3a. UNIDAD	UNIDAD IV PROCESOS Y COMPORTAMIENTO DE COMPRA	4.1.- Al concluir la unidad, el alumno analizará los aspectos de una compra y formulará estrategias que se ajusten a ella.	4.1.- Al concluir la unidad, el alumno analizará los aspectos de una compra y formulará estrategias que se ajusten a ella.
12	4.2.- Reconocimiento de problemas.	4.3.- Investigación y evaluación.	4.4.- Procesos de compra.	4.4.- Procesos de compra.
13	4.5.- Modelación e investigación de comportamientos de compra.	4.5.- Modelación e investigación de comportamientos de compra.	4.6.- Consumismo.	RETROALIMENTACION DE CONTENIDO
14	EXAMEN FINAL			

Tipo	Formato	Disposicion: Interno	Emisión	Revisión
Emitido	Dirección Académica	Aprobado: Direccion General	08/04/2015	

ACTIVIDADES EN EL AULA PERMITIDAS:	1.-Conducción Docente, manejo de Esquemas, Conceptos Básicos y Referentes Teóricos (Pizarron) 2.-Estructuración de Reportes de Lectura y Fichas de Trabajo; uso de Medios Audiovisuales. (Pantalla). 3.-Realizar Lecturas de Referencias Bibliográficas Sugeridas y Adicionales para generar Lluvia de Ideas. 4.-Propiciar Actividades de Interes dentro del Proceso de Enseñanza - Aprendizaje para generar Investigaciones. 5.-Vinculación de la Materia con Casos Prácticos y Reales que se puedan sustentar teoricamente. 6.- 2 Exposiciones durante el Cuatrimestre.
-------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

ACTIVIDADES NO PERMITIDAS:	1. Exámenes Orales. 2. Exposiciones como Evaluacion. 3. Improvisaciones.
-----------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------

BIBLIOGRAFIA SUGERIDA.

	TIPO	TITULO	AUTOR	EDITORIAL	AÑO.
1	Libro				
2	Libro				
3	Libro				

CRITERIOS, PROCEDIMIENTOS DE EVALUACION Y ACREDITACION.

Trabajos	30%
Actividades	20%
Examen	50%
Total	100%
Escala de Promedio	7- 10
promedio aprobatorio	7

NOTA:

En la planeación los exámenes aparecen siempre en día lunes, pero dependerá de la programación de la sub-dirección académica, y en esa semana se podrán hacer los cambios necesarios.