

**Licenciatura:** ADMINISTRACION Y ESTRATEGIAS DE NEGOCIOS      **Materia:** COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR  
**Modalidad:** ESCOLARIZADO      **Cuatrimestre:** 5°

**OBJETIVO:**

El comportamiento del consumidor resulta el arma más eficaz para enfocar los esfuerzos de una empresa en la satisfacción de necesidades específicas, las empresas deben tomar en cuenta que el consumidor es un individuo con fuerzas psicológicas y con un contexto social y cultural tan diverso que debe ser estudiado de forma permanente. El estudiante investigará el comportamiento del consumidor, concluyendo en la estrategia de marketing adecuada.

S	CLASE 1	CLASE 2	CLASE 3	CLASE 4
1	<b>UNIDAD I EL CONSUMIDOR</b> 1.1 El consumidor	1.2 Características del consumidor 1.3 Características del comportamiento del consumidor	1.4 Tipos de consumidor	1.5 Factores que influyen en el estilo de vida del consumidor
2	1.6 Aprendizaje del consumidor	1.7 Elementos del aprendizaje del consumidor	1.8 Proceso de la información del consumidor	1.9 Proceso de investigación del consumidor
3	1.10 Proceso de compra	1.11 Proceder del consumidor	1.12 Clasificación del consumidor	<b>RETROALIMENTACION</b>
4	<b>EXAMEN 1er. Parcial</b>	<b>UNIDAD II SEGMENTACIÓN DEL CONSUMIDOR</b> 2.1 Concepto de mercado	2.2 Tipos de mercado	2.3 Definición de segmentación de mercado
5	2.4 Bases para la segmentación 2.5 Estrategias de segmentación de mercado	2.6 Razones para la segmentación de mercados	2.7 Implementación de estrategias de segmentación	2.8 El consumidor de acuerdo a su posición económica
6	2.9 El potencial del consumidor según el área geográfica	2.10 El consumidor habitual con base en los beneficios adquiridos	2.11 El consumidor de acuerdo a su edad y sexo	<b>RETROALIMENTACION</b>

7	<b>EXAMEN 2do. Parcial</b>	<b>FACTORES Y MODELOS QUE INFLUYEN EN LA CONDUCTA DEL CONSUMIDOR</b> 3.1 Factores influyentes en el comportamiento del consumidor	3.2 Factores culturales 3.3 Factores sociales	3.4 Factores personales
8	3.5 Factores psicológicos	3.6 Proceso de decisión de compra	3.7 Modelo de Marshall	3.8 Modelo de aprendizaje de Pavlov
9	3.9 Modelo psocológico social de veblen	3.10 Modelo psicoanalítico de Freud	3.11 Teorías sobre el comportamiento de compra	3.12 ¿Cómo afecta el pluriculturalismo a la mercadotecnia?
10	3.13 Factores internos que afectan a la conducta del consumidor	3.14 Factores externos que afectan a la conducta del consumidor	3.15 Grupos socioeconómicos	<b>RETROALIMENTACION</b>
11	<b>EXAMEN 3er. Parcial</b>	<b>UNIDAD IV ASPECTOS PARTICULARES DEL CONSUMIDOR</b> 4.1 Motivación del consumidor	4.2 Personalidad del consumidor	4.3 Teorías de la personalidad
12	4.4 Aprendizaje del consumidor	4.5 Teorías conductistas del aprendizaje	4.6 Grupos de referencia del consumidor	4.7 Cultura
13	4.8 Toma de decisiones del consumidor 4.9 Modelo de toma de decisiones	4.10 Actitud y cambio de actitud	4.11 Modelación e investigación de procesos de compra	<b>RETROALIMENTACION</b>
14	<b>EXAMEN FINAL</b>			

<b>ACTIVIDADES EN EL AULA PERMITIDAS:</b>	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 Interés dentro del Proceso de Enseñanza - Aprendizaje para generar Investigaciones. 5.-Vinculación de la Materia con Casos Prácticos y Reales que se puedan sustentar teóricamente. 6.- 2 Exposiciones durante el Cuatrimestre.
---	--

<b>ACTIVIDADES NO PERMITIDAS:</b>	1. Exámenes Orales. 2. Exposiciones como Evaluación. 3. Improvisaciones.
-----------------------------------	--

SUGERENCIA BIBLIOGRAFICA				
No	TIPO	TITULO	AUTOR	EDITORIAL
1	Libro	Comportamiento Organizacional	• Stephen P. Robbins,(2002)	Prentice H
2	Libro	Organización, diseño de estructuras organizacionales de alto rendimiento.	• Lourdes Munch	México: Trillas.
3	Libro	Comportamiento organizacional .La dinámica del éxito en las organizaciones.	• Idalberto Chiavenato (2009)	. México: McGraw Hill.

SUGERENCIAS DE VIDEOS ACADEMICOS				
No	TIPO	TITULO	LINK	AUTOR
1	Video	Comportamiento Organizacional (C.O.)	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=fft8JmZUsfg">https://www.youtube.com/watch?v=fft8JmZUsfg,</a>	Economía y Administración.
2	Video	Liderazgo, poder y política (Chiavenato)	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=MCumiVKM-l">https://www.youtube.com/watch?v=MCumiVKM-l,</a>	Pierina Mancini.
3	Video	Conflicto, estrés y burnout en las organizaciones y cómo afectan el comportamiento organizacional	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=JHYOSXUBkz8">https://www.youtube.com/watch?v=JHYOSXUBkz8,</a>	Keka Mesen.

CRITERIOS, PROCEDIMIENTOS DE EVALUACION Y ACREDITACION.	
<b>Actividad en Plataforma Educativa</b>	30%
<b>Actividades Aulicas</b>	10%
<b>Examen</b>	60%
<b>Total</b>	100%
<b>Escala de calificación</b>	7- 10
<b>Minima aprobatoria</b>	7

<b>NOTA:</b>	En la planeación los exámenes aparecen siempre en día lunes, pero dependerá de la programación de la subdirección académica, y en esa semana se podrán hacer los cambios necesarios.
--------------	--