

Licenciatura: **TURISMO**Materia: **ANALISIS DEL CONSUMIDOR**

Clave: P-LTU505

Modalidad: Escolarizada

Cuatrimestre: 5°

Horas: 4

**OBJETIVO:**

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

S	CLASE I	CLASE 2	CLASE 3	CLASE 4
1	<b>PRESENTACIÓN</b>	<b>UNIDAD I FUNDAMENTOS ELEMENTALES</b>	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.	1.2.- Definición del comportamiento del consumidor.	1.2.- Definición 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.	<b>RETROALIMENTACION DE CONTENIDO</b>
4	<b>EXAMEN 1a. UNIDAD</b>	<b>UNIDAD II FACTORES AMBIENTALES</b>	2.1.- Cultura.	2.1.- Cultura.
5	2.2.- Subcultura	2.2.- Subcultura	2.3.- Clases socioeconómicas.	2.3.- Clases socioeconómicas.
6	2.4.- Grupos sociales.	2.4.- Grupos sociales.	2.5.- Familia.	<b>RETROALIMENTACION DE CONTENIDO</b>

7	<b>EXAMEN 2a. UNIDAD</b>	<b>UNIDAD III INFLUENCIAS PERSONALES</b>	3.1.- Difusión de innovaciones.	3.1.- Difusión de innovaciones.
8	3.2.- Motivación.	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	3.5.- Actitud y cambio de actitud.	3.5.- Actitud y cambio de actitud.	3.5.- Actitud y cambio de actitud.	<b>RETROALIMENTACION DE CONTENIDO</b>
11	<b>EXAMEN 3a. UNIDAD</b>	<b>UNIDAD IV PROCESOS Y COMPORTAMIENTO DE COMPRA</b>	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.	<b>RETROALIMENTACION DE CONTENIDO</b>
14	<b>EXAMEN FINAL</b>			

<b>ACTIVIDADES EN EL AULA PERMITIDAS:</b>	<ol style="list-style-type: none"><li>1.-Conducción Docente, manejo de Esquemas, Conceptos Básicos y Referentes Teóricos (Pizarron)</li><li>2.-Estructuración de Reportes de Lectura y Fichas de Trabajo; uso de Medios Audiovisuales. (Pantalla).</li><li>3.-Realizar Lecturas de Referencias Bibliográficas Sugeridas y Adicionales para generar Lluvia de Ideas.</li><li>4.-Propiciar Actividades de Interes dentro del Proceso de Enseñanza - Aprendizaje para generar Investigaciones.</li><li>5.-Vinculación de la Materia con Casos Prácticos y Reales que se puedan sustentar teoricamente.</li></ol>
<b>ACTIVIDADES NO PERMITIDAS:</b>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Exámenes Orales.</li><li>2. Exposiciones como Evaluación.</li><li>3. Exposiciones.</li></ol>