



DANIELA DIAZ LOBOS

**Nombre del profesor: ALDO IRECTA
NAJERA**

**Nombre del trabajo: CUADRO
SINOPTICO**

**Materia: INVESTIGACION DE
MERCADOS**

Grado: SEXTO CUATRIMESTRE

Comitán de Domínguez Chiapas a 10 de junio de 2020

**COMPORTAMIENTO
DEL CONSUMIDOR**

PERCEPCION

Es un proceso de selección, organización e integración de los estímulos recibidos a través de los sentidos.

- La exposición a la información
- La atención prestada
- La comprensión o interpretación del mensaje
- La retención de la información en la memoria

**LA PERCEPCION
SELECTIVA**

Es el proceso de percepción se manifiesta en cada una de las cuatro etapas del proceso de percepción (exposición, atención, comprensión y retención).

- Las personas suelen escoger lo que quieren oír o ver, se exponen a los medios de comunicación elegidos.
- Leen los periódicos con los que se identifican, sintonizan las estaciones de radio o canales de televisión que prefieren y escuchan los mensajes.
- La información se interpreta también de modo distinto según las creencias y actitudes y se retiene en la memoria en mayor medida la que más se adecua a las mismas.

LA LEY DE WEBER

Sostiene que es preciso un determinado nivel de variación en el estímulo para ser percibido y que esta variación es proporcional a la cantidad inicial del estímulo.

**PROCESO DE
ORGANIZACIÓN**

Tiene lugar de la percepción facilita la comprensión y retención de la información.

- Produce una clasificación de la información y una integración de la misma, de forma que varios estímulos son percibidos como un todo integrado.

ACTITUDES

Son predisposiciones aprendidas para responder consistentemente de modo favorable o desfavorable a un objeto o clases de objetos.

- Las actitudes se desarrollan a lo largo del tiempo a través de un proceso de aprendizaje.
- Están afectadas por las influencias familiares, los grupos sociales a los que pertenece o se aspira a pertenecer, la información recibida, la experiencia y la personalidad.