



Nombre de alumno: Carlos Daniel Rodríguez Galindo

Nombre del profesor: ALDO IRECTA

Nombre del trabajo: CUADRO SINÓPTICO

Materia: INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

Grado: 6

Grupo: U

PASIÓN POR EDUCAR

Comitán de Domínguez Chiapas a 10 de Junio del 2020.

Comportamiento del consumidor

Percepción

- Es ver, oír, tocar, gustar, oler o sentir internamente alguna cosa sujeto, objeto, acontecimiento o relación
- Es un proceso de selección, organización e integración de los estímulos sensoriales en una imagen significativa y coherente
- La percepción es selectiva
- La Ley de Weber — Establece que

Etapas

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

Mientras más fuerte sea el estímulo inicial, mayor será la intensidad adicional que se necesita para que se perciba el segundo estímulo se perciba como algo diferente.

Actitudes

- Son predisposiciones aprendidas para responder consistentemente de modo favorable o desfavorable a un objeto o clases de objetos
- Están constituidas por tres componentes
 - Las creencias (componente cognoscitivo)
 - La valoración (componente afectivo)
 - La tendencia a actuar (componente activo)
- Las actitudes llevan a cabo cuatro funciones fundamentales

- Utilitaria — Las actitudes guían a los consumidores a satisfacer las necesidades deseadas.
- Expresiva del valor — Las actitudes expresan un auto concepto y un sistema de valores.
- Egodefensiva — Las actitudes protegen al ego de ansiedades y amenazas.
- De organización del conocimiento — Las actitudes organizan la masa de información a la que se expone el consumidor y fijan los estándares por los que juzgar la información.