



Nombre De Alumno: Maximiliano Carpio
Aguilar

Nombre Del Trabajo: cuadro sinóptico

Licenciatura: Turismo

Materia: investigación de mercados

PASIÓN POR EDUCAR

Comitán de Domínguez, Chiapas a 10 de junio de 2020

Unidad 2

percepcion

se refiere al modo personal de interpretar y dar sentido a los estímulos a los que uno se expone. Supone una codificación 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.

ver, oír, tocar, gustar, oler o sentir internamente alguna cosa sujeto, objeto, acontecimiento o relación y organizar, interpretar

se percibe lo que interesa. Un mismo producto puede ser percibido de forma distinta por diferentes consumidores, según los atributos o características del mismo que sean de su mayor interés

Actitudes

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

• 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. Lo que se manifiesta, en el comportamiento de compra, a través de actitudes favorables hacia los productos o marcas que están asociados con la aceptación social y la confianza.

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.