UDS
UNIVERSIDAD DEL SURESTE

Crea tu mejor historia
EMPRENDAMOS JUNTOS

CUADRO SINOPTICO

INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

PROFESOR ALDO IRECTA

PRESENTA EL ALUMNO:

Glendy Karina Escobar Vázquez

GRUPO, SEMESTRE y MODALIDAD:

6to. Cuatrimestre Turismo Escolarizado

Comitán de Domínguez, Chiapas

11 de Junio del 2020.

Comportamiento del consumidor

La percepción

La percepción es ver, oír, tocar, gustar, oler o sentir internamente alguna cosa sujeto, objeto, acontecimiento o relacion y organizar, interpretar y derivar significados de la experiencia

Es un proceso de selección, organización e integración de los estímulos sensoriales en una imagen significativa y coherente.

En este proceso pueden distinguirse 4 etapas

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

Actitud

Predisposiciones aprendidas para responder consistentemente de modo favorable o desfavorable a un objeto o clases de objeto

Se considera que las actitudes están constituidas por tres componentes:

- La tendencia a actuar (componente activo).
- La valoración (componente afectivo)
- Las creencias (componente cognoscitivo)

Funciones fundamentales

- 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
- 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.
- 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