



Nombre del alumno: Ing. Christian Estévez Hidalgo

Nombre del profesor: Gerardo Garduño Ortega

Nombre del trabajo: Mapa Conceptual Unidad II

Materia: Administración Mercadotecnia

Grado: 1

Grupo: 1

Unidad II Comportamiento del consumidor (Necesidades del consumidor)

El comportamiento de compra o adquisición, individual o en grupo. Abarca todas las actividades desarrolladas para obtener un bien o servicio, incluido el pago del mismo

El comportamiento de uso o consumo final de los bienes y servicios adquiridos por uno mismo o por terceras personas

Los factores internos y externos al individuo que influyen en el proceso de compra y en el uso o consumo del producto adquirido.

MOTIVACIÓN

El proceso de decisión de compra se inicia, como se ha indicado, con el reconocimiento de una necesidad

Fisiológicos o psicológicos.
Necesidades Biológicas como el hambre y la sed
Necesidades Anímicas como el saber y la amistad

Primarios o selectivos
Comportamiento de compra a productos genéricos así como de productos de marcas y modelos

Racionales o emocionales
Características observables
Sensaciones subjetivas

Conscientes o inconscientes
Percepción de decisión de compra o sino cuando no se da cuenta de ello

Positivos o negativos
Consecución a los objetivos deseados/Apartan de las consecuencias no deseadas

Fisiológicas
De seguridad
De posesión y amor
De estima
De autorrealización

FUNCIONES Y CONDICIONES DE COMPRA

Lugar y condiciones de vida

Género y edad

Nivel Académico

Nivel de Ingresos

Gastos Mensuales

PROCESOS DE COMPRA

RECONOCIMIENTO DE LA NECESIDAD

BUSQUEDA DE INFORMACIÓN

EVALUACIÓN DE ALTERNATIVAS

DECISIÓN DE COMPRA

COMPORTAMIENTO POST-COMPRA

MODELOS DE COMPORTAMIENTO DE COMPRA

LA EXPERIENCIA Y EL APRENDIZAJE
El aprendizaje es un proceso, mientras que la experiencia es un resultado o situación.

Teorías "del comportamiento".
Están basadas en la relación «estímulo-respuesta».

Teoría del condicionamiento clásico, Experimento de PAVLOV
PRIMARIO-INCONDICIONADO
SECUNDARIO-CONDICIONADO

Teoría del conocimiento instrumental
Debe desarrollarse un sistema de recompensa o satisfacciones

PERCEPCIÓN

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

LA PERCEPCIÓN ES SELECTIVA (exposición, atención, comprensión y retención).

- La retención de la información en la memoria.
- La atención prestada.

- La comprensión o interpretación del mensaje.

La exposición a la información.