



Nombre del alumno: Alma Delia Morales Ortiz

Nombre del profesor: Gerardo Garduño Ortega

Nombre del trabajo: Mapa conceptual , Segunda Unidad

Materia: Administración de la mercadotecnia

Grado: 1er cuatrimestre

UNIDAD II: COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

Se centra en las necesidades del consumidor

Motivación

Reconocimiento de una necesidad

Clasificaciones

Fisiológicos o psicológicos

Primarios o selectivos

Racionales o emocionales

Conscientes o inconscientes

Positivos o negativos

Funciones de compra

Lugares y condiciones de vida

Género y edad

Nivel académico

Nivel de ingresos

Gastos mensuales

Procesos de Compra

Variables de mercadotecnia

-Producto-Precio
-Distribución-Promoción

Variables internas

Motivación, percepción, experiencia, Actitudes y características personales

Variables externas

Entorno socioeconómico político y legal- Culturales .Grupos Sociales- Situaciones

Objetivos

El proceso de decisión de compra se inicia con el reconocimiento del problema.

Modelos de comportamiento de compra

Percepción

La experiencia y el aprendizaje

Teorías del comportamiento

Están basadas en la relación estímulo-relación