



Nombre de alumno: Gilary Garduño Alvarez

Nombre del profesor: Aldo Irecta

Nombre del trabajo: Mapa Conceptual

Materia: Comportamiento Del Consumidor

PASIÓN POR EDUCAR

Grado: 5to cuatrimestre

Grupo: A

Influencias personales

Percepción del consumidor

La percepción se define como el proceso por medio del cual un individuo selecciona, organiza e interpreta los estímulos dentro de un panorama significativo y coherente del mundo. Un estímulo es cualquier unidad de insumo hacia cualesquiera de los sentidos.

Sensación

La sensación es la respuesta inmediata y directa de los órganos sensoriales hacia los estímulos simples (un anuncio, un paquete, un nombre de marca).

Umbral absoluto

El nivel más bajo al cual un individuo puede experimentar una sensación se denomina umbral absoluto. El punto en el cual una persona puede detectar la diferencia entre –algo|| y –nada|| es el umbral absoluto de esa persona para ese estímulo.

Umbral absoluto mínimo

Es el punto en que es individuo percibe una diferencia entre algo y nada. Se utiliza en marketing, a la hora de lanzar mensajes publicitarios (intensidad, tamaño, duración de la campaña, etc.), que permitan al individuo ser consciente del mensaje.

Umbral Diferencial

La diferencia mínima percibida entre dos estímulos se conoce como umbral diferencial o diferencia apenas notable (d.a.p.) , La –Ley de Weber||, afirma que entre mas fuerte sea el estímulo inicial, mayor será la intensidad adicional necesaria para que el segundo estímulo sea percibido como diferente.