

UDS

LICENCIATURA EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS

COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

CUADRO DE IMPORTANCIA

C.P RONAL SALAZ

JORGE ANGEL RAYMUNDO MORALES

17/1/2022 31/1/2022

<p style="text-align: center;">PERSEPCION DEL CONSUMIDOR</p>	<p>PUEDE SER DESCRITA COMO “la forma en la que vemos el mundo que nos rodea”.</p> <p>DEFINICION: 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.</p> <p>EJEMPLO: productos, paquetes, nombre de marca, anuncios y comerciales.</p>
<p style="text-align: center;">MOTIVACION</p>	<p>Puede ser descrita para motivar a las personas</p> <p>Se define como un estado intenso de excitación que ofrece la energía necesaria para alcanzar una meta</p> <p>EJEMPLO: podría decirse que cuando una persona te está motivando para que hagas un buen trabajo</p>
<p style="text-align: center;">APRENDIZAJE Y MEMORIA</p>	<p>La experiencia se adquiere con el aprendizaje</p> <p>Son mecanismos específicos que se activan por estímulos ambientales y que son capaces de modificar las conductas</p>
<p style="text-align: center;">ACTITUD Y CAMBIO DE ACTITUD</p>	<p>Puede ser descrita como predisposiciones aprendidas para responder consistentemente de modo favorable o desfavorable a un objeto o clases de objetos</p> <p>Las actitudes son aprendidas, lo cual significa que las actitudes relevantes para el comportamiento de compra se forman como consecuencia de una experiencia directa con el producto o con la información adquirida de los demás y de una exposición a los medios de comunicación</p>