

UDS

LICENCIATURA EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS

INVESTIGACION DE MERCADOS

MAPA CONCEPTUAL

ICEL BERNARDO LEPE

JORGE ANGEL RAYMUNDO MORALES

30/5/2022

11/6/2022

COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

ESTUDIO DEL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

se centra en las necesidades del consumidor, El estudio del comportamiento del consumidor cambia con el ciclo de vida del producto y varía según el tipo de productos

MOTIVACION

Los motivos pueden clasificarse de acuerdo con distintos criterios contrapuestos o complementarios

Fisiológicos o psicológicos

Primarios o selectivos

Racionales o emocionales

Conscientes o inconscientes

Positivos o negativos

ACTITUD

Utilitaria

Expresiva del valor

Egodefensiva

De organización del conocimiento

CARACTERISTICAS DEMOGRAFICAS DEL CONSUMIDOR

Hábitat en el que se reside

Edad. Género.

Estado civil.

Posición familiar

CARACTERISTICAS PSICOGRAFICAS DEL CONSUMIDOR

La personalidad y los estilos de vida

Ocupacion, profesión o actividad desempeñada

Los ingresos periódicos obtenidos

El patrimonio

DETERMINANTES INTERNOS DEL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

la motivación, la percepción, la experiencia, las características personales (demográficas, socioeconómicas y psicográficas) y las actitudes

PERCEPCION

La percepción es un proceso de selección, organización e integración de los estímulos sensoriales en una imagen significativa y coherente

La exposición a la información

La atención prestada.

La comprensión o interpretación

La retención de la información en la memoria

CARACTERISTICAS SOCIOECONOMICAS DEL CONSUMIDOR

El nivel de estudios alcanzado