



Nombre del Alumno **Jorge Arturo Estrada Borráz**

Nombre del tema **Teoría de los modelos**

Parcial **3**

Nombre de la Materia **COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR**

Nombre del profesor **JULIBETH MARTINEZ GUILLEN**

Nombre de la Licenciatura **Administración y estrategia de negocios**

Cuatrimestre **4**

Bibliografía: Antología del comportamiento del consumidor

Teoría de los modelos

Modelo de Marshall

Curva de demanda

A menor precio mayor cantidad podemos comprar

Curva de la oferta

cantidad que un productor está dispuesto a vender de un bien, a un precio dado, manteniendo constantes los demás factores que pueden afectar a la cantidad ofrecida.

Modelo de Pavlov

Se basa en 3 estímulos

Incondicional

En caso de su experimento, la respuesta incondicionada sería la segregación de saliva a causa de la segregación de comida

Neutro

En principio no provoca ningún tipo de respuesta en el organismo

Condicionada

Asociación que se forma entre dos estímulos

Modelo Psico-social de Veblen

Considera que el consumidor siempre busca adaptarse a su entorno en la forma que le es posible, este modelo considera a un hombre como un animal social adaptado a las normas

Modelo psicoanalítico de Freud

En cada persona existe una energía psíquica distribuida en las facetas de la personalidad

ID

Se refiere a la satisfacción de las necesidades biológicas básicas y de evitación del dolor

EGO

Es la parte del componente que inventa complementar el ID de la manera más realista y socialmente aceptable posible

SUPEREGO

Suma de aquella información que el sujeto ha ido interiorizando a partir de creencias que han podido resultar dolorosas