



**Nombre de alumno: JUAN JOSE RODRIGUEZ GALINDO**

**Nombre del profesor: Julibeth Martinez**

**Nombre del trabajo: mapa concptual**

**Materia: comportamiento del consumidor**

**Grado: 5 cuatrimestre**

**Grupo: A**

Comitán de Domínguez Chiapas a 19 de febrero de 2023.

# Factores ambientales

## cultura

Los cambios culturales y sociales experimentados en la sociedad occidental han sido sustanciales en las últimas décadas.

### ejemplos

Se ha visto una mayor incorporación de la mujer a las actividades productivas en México al incremento de los recursos económicos y del nivel cultural.

## Producto

Adolescencia y juventud son etapas del ciclo vital en las que aumenta la necesidad de adscripción, identificación y de sentirse parte del grupo, a menudo con rebeldía, cuestionando las normas del mundo adulto.

### protagonismo social

ha ido en aumento desde principios del siglo XX, con la disminución de la descendencia por familia, el incremento de los derechos civiles de los menores y la aparición de un mercado de consumo específico.

## Clases socioeconómicas

La clase social a la que pertenece un individuo se determina en función de sus características socioeconómicas.

### Los siete niveles

El nivel socioeconómico A/B, C+, C, C-, D+, D, D

## Familia

La familia puede ser definida como dos o más personas relacionadas por sangre, matrimonio o por adopción y que residen conjuntamente.

### tres tipos de familias

Pareja casada - Un esposo y una esposa recién casados o parejas de más edad que ya han educado a sus hijos.  
□ Familia nuclear - Un esposo, una esposa y por lo menos un niño.  
□ Familia extendida - La familia nuclear junta con por lo menos un abuelo viviendo dentro del hogar.

Bibliografía básica y complementaria: • Fischer, Laura y Espejo Jorge. (2017). Mercadotecnia. Ciudad de México: Mcgraw Hill. • Santesmases, Miguel. (2016). Fundamentos de mercadotecnia. Ciudad de México: Grupo editoria patria. • Chong, Luis. (2009). Promoción de ventas. Ciudad de México: Gránica. • Mita, Erick. (2013). Comportamiento del consumidor. • Rabadán, David. (2013). Proceso de decisión del consumidor: UIC

