



Mi Universidad

NOMBRE DEL ALUMNO: PRISCILA ALEJANDRA LÓPEZ GÓMEZ

NOMBRE DEL TEMA: FACTORES Y MODELOS QUE INFLUYEN EN LA CONDUCTA DEL CONSUMIDOR

PARCIAL: III

NOMBRE DE LA MATERIA: COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

NOMBRE DEL PROFESOR: JULIBETH MARTÍNEZ GUILLÉN

NOMBRE DE LA LICENCIATURA: LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN Y ESTRATEGIA DE NEGOCIOS

CUATRIMESTRE: 5TO

MODELO DE APRENDIZAJE DE PABLOV

Este modelo habla de las reacciones a los estímulos de la conducta humana; se basa en cuatro conceptos centrales: impulsos, claves, respuestas, reacciones.

MODELO DE MARSHALL

Empleo la "vara de medir el dinero"; ésta indica la intensidad de los deseos psicológicos humanos. Formación de costos, demanda y oferta.

PROCESO DE DECISIÓN DE COMPRA

Se pueden distinguir cinco papeles en la decisión de compra: Iniciador, Influenciador, Decisor, Comprador, Usuario.

FACTORES INFLUYENTES EN EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

Factores: culturales, sociales, personales, psicológicos.
Subfactores: Cultura(subcultura, clase social

FACTORES CULTURALES

Cultura: Determinante fundamental de los deseos y del comportamiento de las personas.

Subcultura: Se pueden distinguir cuatro tipos de subcultura la nacionalidad, los grupos religiosos, los grupos raciales y las zonas geográficas.

Subcultura: Se pueden distinguir cuatro tipos de subcultura la nacionalidad, los grupos religiosos, los grupos raciales y las zonas geográficas

FACTORES SOCIALES

- Grupos de Referencia
 - La Familia
 - Roles y Estatus

FACTORES PERSONALES.

- *Edad y Fase del Ciclo de Vida
- *Ocupación
- *Circunstancias Económicas
- *Estilo de Vida
- *Personalidad y autoconcepto

FACTORES PSICOLÓGICOS.

Motivación: fuerzas psicológicas que conforman el comportamiento del consumidor.
Percepción: proceso por el cual un individuo selecciona, organiza e interpreta información para crear una imagen del mundo.
Actitudes: predisposiciones estables para responder favorablemente o desfavorablemente hacia una marca o producto.

FACTORES Y MODELOS QUE INFLUYEN EN EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

MODELO PSICOLÓGICO SOCIAL DE VEBLEN

Considera que el consumidor siempre busca adaptarse a su entorno en la forma que le es posible. Consideró al hombre como un animal social adaptado a las normas de su cultura.

3 Factores: cultura, grupos de referencia, familia.

¿CÓMO AFECTA EL PLURICULTURALISMO A LA MERCADOTECNIA?

El Pluriculturalismo influyen en el consumo de los individuos y por medio de éste, en la identidad colectiva de un pueblo, ya sea creándoles nuevas necesidades, ya sea haciéndolos dependientes a los objetos de consumo y generándoles, de esta manera, el hábito del consumo.



MODELO PSICOANALÍTICO DE FREUD

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

La energía se proyecta hacia la satisfacción inmediata de las necesidades del individuo.

ID: Ello

EGO: Yo

SUPEREGO: Superyo

TEORÍA SOBRE EL COMPORTAMIENTO DE COMPRA

*Teorías de aprendizaje sobre la conducta

*Teorías sobre el estímulo y la respuesta

*Teorías sobre el aprendizaje cognoscitivo

*Teoría gestal del aprendizaje

*Teorías psicoanalíticas del aprendizaje

BIBLIOGRAFIA:

<https://plataformaeducativauds.com.mx/assets/docs/libro/LAN/a702a13f553fa533f30c3f1cc04b1715-LC-%20LAN505%20COMPORTAMIENTO%20DEL%20CONSUMIDOR.pdf>