



Nombre del alumno:

Yessica Ibet Vázquez Flores

Nombre del profesor:

Lucero del Carmen Garcia Hernandez

Nombre del trabajo: Factores que influyen en el comportamiento del consumidor

Materia:

Comportamiento del consumidor

Grado: 5to. Cuatrimestre

Grupo: LAN02SDC0121-A

FACTORES AMBIENTALES

GRUPOS SOCIALES

CULTURA

La cultura es el conjunto de conocimientos y rasgos característicos que distinguen a una sociedad, una determinada época o un grupo social

SUBCULTURA

La subcultura es aquel grupo de personas con creencias y comportamientos que los hacen diferenciarse de la cultura predominante de la que también son parte



CLASES SOCIOECONOMICAS

hace referencia a la posición de un individuo o familia en una escala social

son grupos de referencia con los que el individuo se identifica y que influyen en la formación de sus creencias, actitudes y comportamientos

INFLUENCIAS PERSONALES

FAMILIA

dos o más personas relacionadas por sangre, matrimonio o por adopción y que residen conjuntamente

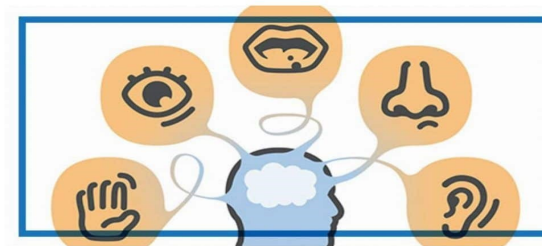


ACTITUD Y CAMBIO DE ACTITUD

Una actitud es una predisposición aprendida para responder en una forma consistentemente favorable o desfavorable con respecto a un objeto dado

APRENDIZAJE Y MEMORIA

El aprendizaje es un proceso, mientras que la experiencia es un resultado o situación



MOTIVACION

Proceso que utiliza incentivos y estímulos para atraer el deseo de los individuos por alcanzarlos

PROCESOS Y COMPORTAMIENTO DE COMPRA



PERCEPCION DEL CONSUMIDOR

la forma en la que vemos el mundo que nos rodea

PROCESOS DE COMPRA

está formado por una serie de fases o etapas secuenciales cuya importancia, intensidad y duración dependen del tipo de compra

COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

El proceso de decisión del consumidor varía con el tipo de decisión de compra



FASES DEL PROCESO DE DECISIÓN DE COMPRA

- 1.- Reconocimiento de la necesidad o identificación del problema
- 2.- Búsqueda de información
- 3.- Evaluación de alternativas
- 4.- Decisión de compra
- 5.- Comportamiento y evaluación post-compra



INVESTIGACION DEL CONSUMIDOR

- Investigación exploratoria : está diseñada para proporcionar perspectivas a un problema donde el fenómeno aún no se define con claridad
- Investigación para la resolución de problemas, concluyente: Se diseña para probar hipótesis específicas



BIBLIOGRAFIA:

<https://economipedia.com/definiciones/cultura.html>

<https://economipedia.com/definiciones/subcultura.html>