Nombre de alumno: Josue Alfredo Diaz Sanchez

Nombre del profesor: Liliana Grisell Escobar

Nombre del trabajo: mapa conceptual

Materia: Comportamiento Del Conumidor

Grado: 5to cuatrimestre

Grupo: A

Frontera Comalapa, Chiapas a 10 de febrero del 2023.

Factores y modelos que influyen en el comportamiento del consumidor

Factores influyentes en el comportamiento del consumidor.

culturales, sociales, persnales y psicologicos

Factores culturales.

Se define como el conjunto de valores, ideas, actitudes y símbolos que adoptan los individuos para comunicarse, interpretar e interactuar como miembros de una sociedad.

Subcultura

Se pueden distinguir cuatro tipos de subcultura la nacionalidad, los grupos religiosos, los grupos raciales y las zonas geográficas , que reflejan distintas referencias culturales específicas, actitudes y estilos distintos, ...

clase Social

son divisiones de la sociedad, relativamente homogéneas y permanentes, jerárquicamente ordenadas y cuyos miembros comparten valores, intereses y comportamientos similares.

Factores personales.

Edad y Fase del Ciclo de Vida: La gente compra diferentes bienes y servicios a lo largo de su vida ya que, por ejemplo, el gusto de la gente en el vestir, mobiliario y ocio están relacionados con su edad.

Ocupación

Los especialistas en marketing tratan de identificar a los grupos ocupacionales que tienen un interés, por encima de la media, en sus productos y servicios

Factores psicológicos

Motivación: Los psicólogos han desarrollado distintas teorías sobre la motivación humana entre las que destacan la Teoría de la motivación de Freud

Proceso de decisión de compra.

Iniciador: la persona que primero sugiere la idea de comprar un servicio o un producto particular

Influenciador

la persona cuyo punto de vista o consejo tiene algún peso en la toma de la decisión final.

Decisor

la persona que decide sobre alguno de los elementos de la decisión de compra

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 psicológico social de Veblen.

Este modelo consideró al hombre como un animal social adaptado a las normas de su cultura

Modelo Psicoanalítico de Freud.

Según esta teoría, 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.

Grupos sociales.

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

Grupos de los que se es miembro

Los grupos a los que uno pertenece pueden clasificarse, según el grado de relación mantenida, en primarios y secundarios.

Grupos a los que se aspira a pertenecer.

En el primer caso, el individuo contempla como posible el llegar a integrarse en tales grupos, y así se desea, por la recompensa que supone