UDS
Mi Universidad

NOMBRE

FERNANDO LÓPEZ

TAREA

MAPA CONCEPTUAL

ASIGNATURA

COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

CUATRIMESTRE

5TO CUATRIMESTRE

PROF

FERNANDO LOPEZ

FECHA

02/04/25

# COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

## APRENDIZAJE DEL CONSUMIDOR

Es el proceso mediante el cual los individuos adquieren conocimientos y experiencias, respecto de compras y consumo, que aplican en comportamiento futuro. G. Schiffman define el aprendizaje como "El proceso mediante el cual los individuos adquieren los conocimientos y la experiencia, respecto de compras y consumo, que aplican en comportamiento futuro".

## TEORIAS CONDUCTISTAS DEL APRENDIZAJE

A menudo reciben el nombre de teorias de estimulo respuesta, porque los individuos tienen una respuesta ante estímulos externos específicos indicando que el aprendizaje se llevó a cabo. Cuando una persona responde en una forma predecible ante estimulo conocido se dice que ha aprendido. Las teorías del aprendizaje se interesan por el resultado que se obtienen ante los estimulos aplicados.

## GRUPOS DE REFERENCIA DEL CONSUMIDOR

Leon G. Schiffman denomina grupo de referencia como "cualquier persona o grupo que le sirva como punto de comparación de referencia" a un individuo, en el proceso de formación de sus valores generales o específicos y de sus actitudes, o bien, como una guía específica de comportamiento".

## TEORIAS CONDUCTISTAS DE APRENDIZAJE

Condicionamiento Clásico: se considera como la respuesta automática ante una situación determinada, producido mediante la exposición repetida a dicha situación. Condicionamiento Instrumental: requiere un vínculo entre un estímulo y una respuesta, el estimulo que origina la respuesta más satisfactoria es el estímulo aprendido.

## GRUPOS DE REFERENCIA DEL CONSUMIDOR

- Grupos de amistades
- Grupos para ir de
- compras
- Grupos de trabajo
- Grupos o Comunidades
- virtuales