



Mi Universidad

Mariana Paola Ortiz Solís

Administración y Estrategias de Negocios

Comportamiento del consumidor

Prof. Fernando

Mapa Conceptual

5to Cuatrimestre

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 su 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 su comportamiento futuro".

TEORIAS CONDUCTISTAS DEL APRENDIZAJE

A menudo reciben el nombre de teorías de estímulo y 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 estímulo conocido se dice que ha aprendido. Las teorías del aprendizaje se interesan por el resultado que se obtienen ante los estímulos aplicados.

GRUPOS DE REFERENCIA DEL CONSUMIDOR

León G. Schiffman denomina al grupo de referencia como "cualquier persona o grupo que le sirva como punto de comparación (o 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 estímulo 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