

I. DATOS XERAIS DA MATERIA

- | | |
|--|--|
| a) Nome oficial. | Comportamento do Consumidor |
| b) Titulación. | ADE |
| c) Créditos | 4.5 (Teóricos 3; Prácticos 1.5) |
| d) Curso. | Quinto (Esp. Dir. Comer.) |
| e) Código da materia. | 611211602 |
| f) Tipo. | Optativa |
| g) Impartición. | Primeiro Cuatrimestre |
| h) Departamento/s responsable/s. | Análise Económico e Administración de Empresas |
| i) Profesor/a coordinador/responsable da docencia | Domingo Calvo Dopico |

Información por grupo

- 1) **Nome e apelidos do profesor/a que impartirá docencia**
Domingo Calvo Dopico

- 2) **Lugar e horario de titorías**
Despacho 212, Miércoles: 11:00-14:00 y 15:45 – 18:45

- 3) **E-mail**
domingo@udc.es

- 4) **Universidade Virtual**

- 5) **Lingua na que se impartirá a docencia**

Castellano

II. OBXECTIVOS DA MATERIA

- Introducir al alumno en la investigación del comportamiento del consumidor y la importancia que este tiene en la toma de decisiones comerciales y sociales
- Explicar los conceptos psicológicos básicos que subyacen en los comportamientos individuales tales como necesidades, motivaciones, percepción, experiencia, aprendizaje y actitudes del consumidor
- Explicar los factores del entorno social y cultural en el que está inmerso el

consumidor

- Analizar el proceso de decisión de compra y sus aplicaciones al marketing (lealtad, percepción de riesgos, satisfacción del cliente)

III. METODOLOGÍA

Clases teóricas: lección magistral y ejemplos de la fundamentación en soporte visual (cañón con presentación a través de portátil)

Serán clases magistrales y se abordarán los fundamentos de la asignatura que se va a complementar con ejemplos gráficos y visuales así como breves casos prácticos de la asignatura

Clases prácticas. Presentación del caso práctico a los diferentes grupos

Se facilitarán a los alumnos un caso práctico por cada bloque de la asignatura que tendrá que resolver en grupos (4 a 6 alumnos). Esto supone un trabajo del alumno equivalente al 30% de los créditos (créditos ECTS)

IV. AVALIACIÓN

Examen: Examen tipo test de 15 preguntas de cuatro opciones en la que sólo una es correcta. Las preguntas mal contestadas penalizan 0.5 puntos.

Caso práctico: Resolución del caso práctico por parte del grupo

Presentación del tema/caso por parte del grupo

EVALUACIÓN: $0.60 * \text{EXAMEN} + 0.20 * \text{CASO PRACTICO} + 0.20 * \text{PRESENTACIÓN DEL TEMA/CASO POR PARTE DEL GRUPO}$

V. TEMAS OU BLOQUES DE CONTIDOS

PARTE I – INTRODUCCIÓN AL ESTUDIO DEL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

TEMA 1.-LA DIVERSIDAD DEL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

PARTE II: EL CONSUMIDOR COMO INDIVIDUO

TEMA 2: NECESIDADES Y MOTIVACION DEL CONSUMIDOR

TEMA 3: PERCEPCION DEL CONSUMIDOR

TEMA 4: EXPERIENCIA, APRENDIZAJE

TEMA 5: ACTITUDES Y CAMBIO DE ACTITUDES

PARTE III – EL ENTORNO SOCIAL Y CULTURAL

TEMA 6: LOS GRUPOS DE REFERENCIA

TEMA 7: LAS INFLUENCIAS CULTURALES Y EL ENTORNO ECONOMICO

PARTE IV: EL PROCESO DE DECISION

TEMA 8. EL PROCESO DE COMPRA Y DE CONSUMO

VI. RECOMENDACIONES

Se valora positivamente la participación del alumno tanto en clase como en el grupo

Se recomienda la lectura de documentos que serán facilitados al final de cada bloque de contenidos que corresponderán a casos actuales de mercado

VII. FONTES DE INFORMACIÓN

Schiffman, L.G. y Kanuk, L.L. (1998): *Comportamiento del consumidor*. 5ª edición.

Alonso Rivas, J. (2001): *Comportamiento del consumidor*. 4ª edición. Esic Editorial.

Sole, M.L. (1999): *Los consumidores del siglo XXI*. Esic Editorial, 1999.