

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. | 611211612 |
| 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 215, 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. OBXETIVOS 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 teórico/prácticas: lección magistral y ejemplos de la fundamentación en soporte visual (cañón con presentación a través de cañón)

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

Créditos ECTS. Presentación de las lecturas

Se facilitarán a los alumnos las lecturas por cada bloque de la asignatura que tendrá que resolver. Esto supone un trabajo del alumno equivalente al 30% de los créditos (créditos ECTS). De este material se harán dos tests:

- Test número 1
- Test número 2

IV. AVALIACIÓN

Examen: Examen tipo test de 20 preguntas de cuatro opciones en la que sólo una es correcta. Las preguntas mal contestadas penalizan 0.5 puntos.

Resolución de tests y ejercicios (individual)

- SOLO EXAMEN: 100% (FUNDAMENTOS Y CREDITOS ECTS)
- TEST/EJERCICIO NUMERO 1: 50% (FUNDAMENTOS PARTE I Y II + CREDITOS ECTS)
- TEST/EJERCICIO NUMERO 2: 50% (FUNDAMENTOS PARTE III Y IV + CREDITOS ECTS)

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

Análisis de las lecturas al final de cada capítulo

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.