



"El saber de mis hijos
hará mi grandeza"

UNIVERSIDAD DE SONORA

UNIDAD REGIONAL CENTRO

División de Ciencias Económicas y Administrativas

Departamento de Administración

Licenciatura en Administración



COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

UNIDAD: Regional Centro	EJE DE FORMACIÓN: Especializante
DIVISIÓN: De Ciencias Económicas y Administrativas	HORAS: 64
DEPARTAMENTO: De Administración	REQUISITO (S): 261 CRÉDITOS
MATERIA: COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR	ESPACIO EDUCATIVO: Optativa Acentuación en Mercadotecnia
CLAVE: 8712	MODALIDAD: Seminario
CRÉDITOS: 5	HORAS CLASE POR SEMANA: 4
PROGRAMA: Licenciatura en Administración	TEORÍA: 1 PRÁCTICA: 3
	Depto. Que Ofrece el Servicio: Administración

OBJETIVO GENERAL DE LA MATERIA

Enfatizar la importancia de entender las características y necesidades de los consumidores ante el diseño de estrategias que estimulan el patrón de comportamiento en la elección de productos o servicios en un sistema de mercado.

OBJETIVO ESPECÍFICOS

1. El alumno describirá los modelos de comportamiento del consumidor y los evaluará para determinar el más adecuado para una situación determinada.
2. El alumno aplicará los conceptos aprendidos para apoyar las diferentes teorías y conceptos de comportamiento que se consideran importantes para entender al consumidor.
3. El estudiante aplicará su juicio para entender el contenido de las teorías.

CONTENIDO SINTÉTICO

1. La naturaleza del comportamiento del consumidor
2. Las influencias externas al consumidor
3. Análisis de las estructuras internas del consumidor
4. Modelos del comportamiento del consumidor
5. Marco legislativo e institucional de defensa de los derechos del consumidor
6. Aplicación del comportamiento del consumidor a las estrategias de marketing



"El saber de mis hijos
hará mi grandeza"

UNIVERSIDAD DE SONORA

UNIDAD REGIONAL CENTRO

División de Ciencias Económicas y Administrativas

Departamento de Administración

Licenciatura en Administración



ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA

- Resúmenes
- Ilustraciones
- Analogías
- Mapas conceptuales y redes semánticas
- Evaluaciones
- Casos prácticos

ESTRATEGIAS DE APRENDIZAJE

- Investigación y análisis de temas selectos
- Investigación bibliográfica de conceptos
- Discusiones de grupo
- Solución de problemas teórico – reales
- Búsqueda de información adicional a cada uno de los temas, utilizando las nuevas tecnologías de comunicación e informática.
- Elaboración de un trabajo práctico

SISTEMA DE EVALUACIÓN

Porcentualmente la calificación se obtendrá de la siguiente manera:

La suma de las calificaciones de 3 exámenes parciales (15% c/u).....	45%
Presentación de trabajos	40%
Participación en discusiones grupales	15%
Total	100%



"El saber de mis hijos
hará mi grandeza"

UNIVERSIDAD DE SONORA

UNIDAD REGIONAL CENTRO

División de Ciencias Económicas y Administrativas

Departamento de Administración

Licenciatura en Administración



PERFIL ACADÉMICO DEL DOCENTE

- Licenciado en Finanzas, Licenciado en Administración, Contador Público, Licenciado en Economía, con experiencia en el área Mercadotecnia
- Con grado de maestría preferentemente
- Experiencia comprobada en el área de Mercadotecnia en las empresas, en posiciones ejecutivas y/o Consultoría en Finanzas y Mercadotecnia.
- Mostrar interés por la enseñanza
- Experiencia mínima en docencia de tres años.
- Manejo tecnología de vanguardia

BIBLIOGRAFIA BASICA

1. LOUDON D. L. ; DELLA BITTA A. J. ; Comportamiento del consumidor . Conceptos y aplicaciones. McGraw Hill. 1995. Casos prácticos. Pp. 376-377; 345; 733-777
2. RIVERA- CAMINO J.; ARELLANO R.; MOLERO V. Conducta del consumidor: estrategias y tácticas aplicadas al marketing.
3. HOWARD J. Consumer behavior in marketing strategy. Prentice Hall international. 1989