Universidad de Navarra

Comportamiento del consumidor

Guía docente 2026-27

PRESENTACIÓN

- **Breve descripción**: En esta asignatura nos adentraremos en el mundo del Comportamiento del Consumidor. La idea principal es que el alumno comprenda qué hacen las empresas para conocer al consumidor final y cómo despertar su interés por los productos o servicios que la empresa ofrece. Comenzaremos analizando el enfoque psicológico del consumidor para luego adentrarnos en sus actitudes respecto a la compra de productos o servicios y en su proceso de compra, postcompra y experiencia del consumidor.
- **Titulación**: Comportamiento del Consumidor
- **Módulo/Materia**: Módulo VII. Optativas. Materia: Optativas específicas
- **ECTS**: 6
- **Curso, semestre**: 3º, 4º de ADE (primer semestre)
- **Carácter**: Optativa
- **Profesorado**: José Luis Mata
- **Idioma**: Español
- **Aula, Horario**: por confirmar

RESULTADOS DE APRENDIZAJE (Competencias)

CB2. Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio

CB4. Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado

CG2. Identificar, integrar y utilizar los conocimientos adquiridos en el argumento, discusión o resolución de problemas relevantes para lo económico y/o empresarial.

CG5. Razonar de forma autónoma y crítica en temas relevantes para lo económico y/o empresarial.

CG7. Analizar el proceso de definición e implementación de objetivos y/o estrategias en la empresa.

PROGRAMA

CAPÍTULO 1. INTRODUCCIÓN. ENTENDER EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

CAPÍTULO 2. MARKETING Y COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

2.1- EL PAPEL DEL MARKETING

2.2- EL PROCESO DE MARKETING

CAPÍTULO 3. ENFOQUE PSICOLÓGICO DEL CONSUMIDOR

3.1- MOTIVACIÓN, NECESIDADES Y METAS

3.2- EXPOSICIÓN, ATENCIÓN Y PERCEPCIÓN

3.3- MEMORIA Y CONOCIMIENTO

CAPÍTULO 4. ACTITUDES COGNITIVAS Y AFECTIVAS DE ALTO Y BAJO ESFUERZO

4.1- ACTITUDES COGNITIVAS Y AFECTIVAS DE ALTO ESFUERZO

4.2- ACTITUDES COGNITIVAS Y AFECTIVAS DE BAJO ESFUERZO

CAPÍTULO 5. PROCESO DE COMPRA Y TOMA DE DECISIONES

5.1- IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA Y BÚSQUEDA DE INFORMACIÓN

5.2- EVALUACIÓN Y TOMA DE DECISIONES DE ALTO ESFUERZO

5.3- EVALUACIÓN Y TOMA DE DECISIONES DE BAJO ESFUERZO

5.4- PROCESO DE POSTCOMPRA Y EXPERIENCIA DEL CONSUMIDOR

CAPÍTULO 6. CULTURA DEL CONSUMIDOR

6.1- INFLUENCIA SOCIAL Y DEL ENTORNO

6.2- INFLUENCIA DE LA FAMILIA Y CLASE SOCIAL

CAPÍTULO 7. PSICOGRAFÍA: VALORES, PERSONALIDAD Y ESTILOS DE VIDA

CAPÍTULO 8. RESULTADOS DEL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

8.1- INNOVACIÓN

8.2- MARKETING, ÉTICA Y RESPONSABILIDAD SOCIAL EN LA SOCIEDAD ACTUAL

ACTIVIDADES FORMATIVAS

- Explicación de los temas del manual

- 3 ponencias de directivos actuales de empresas, que nos explicarán cómo estudian, analizan y llegan al consumidor en su día a día profesional y qué estrategias utilizan para entender y fidelizar a sus clientes y consumidores

- 2 lecturas obligatorias que complementan el temario, una de Harvard y otra de Esade

- 4 casos prácticos que se harán en grupo y se discutirán. Posibles casos a analizar: Swatch, Volkswagen, Sampling, Unilever, McDonalds...

EVALUACIÓN

CONVOCATORIA ORDINARIA

50% examen final:

-Norma global: aprobar examen para aprobar asignatura

-Norma excepcional: mínimo nota de 4 en caso de tener un buen rendimiento y asistencia durante el semestre (7 o más sobre 10 – 35% o más sobre 50% de asistencia, casos, lecturas y ponencias)

20% casos prácticos en grupo y participación: 4 casos – 5% cada uno

10% lecturas obligatorias que complementa el temario: 2 lecturas – 5% cada una

10% ponencias de directivos actuales de empresas: 2 ponencias – 5% cada una

10% asistencia

CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA

Examen final con preguntas mixtas: tipo test y desarrollo

HORARIOS DE ATENCIÓN

JOSÉ LUIS MATA **(jmatafer@external.unav.es)**

Linkedin: José Luis Mata https://www.linkedin.com/in/joseluismata/

Instagram: @jlmataf

- Horario de tutoría: pedir por e-mail

BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA PRINCIPAL:

-COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR, de Wayne D. Hoyer, Rik Pieters y Debora J. MacInnis. 7ª edición. Editorial Cengage Learning Localízalo en la Biblioteca

BIBLIOGRAFÍA SECUNDARIA:

-COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR. DECISIONES Y ESTRATEGIA DE MARKETING, de Javier Alonso Rivas e Ildefonso Grande Esteban. 8ª edición. ESIC Editorial

Lectura de HARVARD: Comportamiento del consumidor y proceso de compra

Lectura de ESADE: Creación de Valor para fidelizar a los clientes