Universidad de Navarra

Comportamiento del consumidor (Marketing)

Guía docente 2023-24

PRESENTACIÓN

Breve descripción: La asignatura de comportamiento del consumidor explora los procesos mentales y emocionales que influyen en las decisiones de compra de los individuos. Se analizan factores como la percepción, la motivación, la personalidad y los valores, así como el papel de la cultura y el entorno social. Además, se examinan las estrategias de marketing utilizadas para influir en el comportamiento del consumidor, como la segmentación de mercado, la publicidad y el branding. Esta asignatura proporciona una comprensión profunda de los consumidores y su relación con los productos y servicios ofrecidos por las empresas.

- **Titulación**: Grado de Marketing.
- **Módulo/Materia**: Módulo 3: Mercados y clientes. Nivel 4: Consumidor.
- **ECTS**: 6
- **Curso, semestre**: 3º, Segundo semestre
- **Carácter**: Obligatorio
- **Profesorado**: Xavier Bringué Sala
- **Idioma**: Español
- **Aula, Horario**: Aula 13, lunes de 8:00 a 9:45 y jueves de 10:00 a 12:00

COMPETENCIAS

BÁSICAS

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

CB3 - Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética

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

CB5 - Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía

GENERALES

CG4 - Aplicar las herramientas del marketing a partir de un análisis y una comprensión profunda del funcionamiento de los mercados y del comportamiento de los consumidores.

CG5 - Aplicar las habilidades de liderazgo, trabajo en equipo, planificación y gestión del tiempo a la toma de decisiones responsables y resolución de problemas de marketing.

ESPECÍFICAS

CE11 - Comprender y reflexionar en torno a los componentes de la personalidad humana (biológicos, afectivos, psicológicos) que permiten explicar los comportamientos humanos, en especial en su dimensión económica.

CE12 - Interpretar las claves para entender el modo de actuar de los consumidores y de los mercados como punto de partida para establecer relaciones entre empresas e instituciones con sus stakeholders.

Competencias de la asignatura:

Conocer las teorías actuales sobre el comportamiento del consumidor y aplicarlas al ámbito de comercial

Adquirir las competencias necesarias para aplicar los conceptos y procesos de la asignatura a la construcción de estrategias de comunicación comercial.

PROGRAMA

¿Quién es "el consumidor"?

a. Ingredientes básicos de lo humano

b. ¿Qué buscamos?

c. Ajustando el GPS

El epicentro de la decisión de consumo.

a. Valores

b. Actitudes

c. ¿Con quién me relaciono mejor?

2. El viaje hacia la decisión de consumo.

a. Realidad y percepción

b. Atención

c. Memoria

3. Decidir es cambiar

a. Aprendizaje del consumidor

b. Estilos formativos y consumidor.

c. Motivos.

Decidir es sentir

a. Sentimientos.

b. Emociones.

Universidad de Navarra

4. Los demás también influyen

a. Grupos, tribus y demás pandillas.

b. Influencias en el proceso de consumo.

5. Diseño de estrategias de comunicación eficientes (bloque transversal)

a. Conocimiento relevante para tomar decisiones

b. Elementos críticos

ACTIVIDADES FORMATIVAS

Las actividades y su distribución en el tiempo es la siguiente:

- Clases presenciales: 60 horas
- Trabajo en equipo (dirigido y/o autónomo): 30 horas
- Estudio y trabajo personal: 60 horas

EVALUACIÓN

CONVOCATORIA ORDINARIA

PRÁCTICAS APLICADAS EVALUABLES (3 en total): 3 PUNTOS. Consistirán en casos/retos que se irán planteando de forma simultánea al despliegue del programa de la asignatura. Algunas se realizarán íntegramente en clase y otras se iniciarán en clase y se deberán completar en los días posteriores. Las entregas deberán hacerse en el plazo y en la forma indicadas. NO SE ADMITIRÁ CAUSA ALGUNA QUE JUSTIFIQUE INCUMPLIMIENTO DE LO ANTERIOR (ni médica, ni familiar, ni técnica, etc.) Es necesario tener al menos 1,5 PUNTOS en esta parte para superar la asignatura.

OBLIGATORIAS (De 3 a 4 ejercicios): Su realización es necesaria para la asimilación del contenido de la asignatura. No puntúan pero es necesario haber presentado el 75% de las prácticas obligatorias para superar la asignatura. Las entregas deberán hacerse en el plazo y en la forma indicadas. NO SE ADMITIRÁ CAUSA ALGUNA QUE JUSTIFIQUE INCUMPLIMIENTO DE LO ANTERIOR (ni médica, ni familiar, ni técnica, etc.)

EXÁMENES PARCIALES (5 PUNTOS). Consistirán en 2 ejercicios tipo test de opción múltiple sobre todos los contenidos trabajados hasta ese momento. **Se realizarán el 19 de febrero y el 15 de abril a las 14:00 (Aula 6)**. También existe opción de realizar uno o ambos exámenes el 16 de mayo a las 9:00 (Aula 6). Ver las condiciones en el documento: "Opciones parte test" disponible en "Documentos básicos". Es necesario obtener 2,5 puntos entre las dos pruebas para superar la asignatura (en el caso de realizar las pruebas en febrero y marzo). Es necesario obtener 3,5 puntos entre las dos pruebas para superar la asignatura si una o ambas se realizan en la convocatoria de mayo (repesca).

PROYECTO FINAL (2 PUNTOS). Se realizará por equipos y consistirá en la aplicación a un caso real de los contenidos de la asignatura. Este proyecto se iniciará en febrero y finalizará en mayo con su entrega. Es necesario aprobar el proyecto para superar la asignatura.

Universidad de Navarra

IMPORTANTE: ES NECESARIO OBTENER AL MENOS UN 80% EN LA VERIFICACIÓN DE LA ASISTENCIA A CLASE PARA QUE TODO LO ANTERIOR PROMEDIE. EN CASO CONTRARIO, SE DEBERÁ ACUDIR A LA CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA.

CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA

Consistirá en un examen tipo test de opción múltiple sobre todos los contenidos de la asignatura.

HORARIOS DE ATENCIÓN

Dr. Xavier Bringué Sala (jbringue@unav.es)

- Despacho 2350 Edificio Comunicación Planta 2ª
- Horario de tutoria: Lunes de 15:30 a 17:00

BIBLIOGRAFÍA

-Berenguer Contrí, G. (2006). *Comportamiento del consumidor [Recurso electrónico] Gloria Berenguer Contrí* ... [et al.]. Barcelona : Editorial UOC, 2006 Localízalo en la Biblioteca

-Alonso Rivas, J., & Grande Esteban, I. (2015). *Comportamiento del consumidor : decisiones y estrategia de marketing* (8ª edición: septiembre 2015 (reimpresión)). ESIC, Business & Marketing School. Localízalo en la Biblioteca

-De Salas, Nicolás (2016). Brand Soul. Barcelona: Editorial LID Localízalo en la Biblioteca

-Notas técnicas colgadas en ADI