

PROGRAMA

Comportamiento del Consumidor

5º Curso

Doble Grado en Derecho y Administración y Dirección de Empresas

SYLLABUS

Consumer Behaviour

5th Year

Double Degree in Law and Business Administration and Management

ASIGNATURA**COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR****TITULACIÓN**

Doble Grado en Derecho y Administración y Dirección de Empresas

CARÁCTER

Obligatoria

CRÉDITOS ETCS

6,0

OBJETIVOS

El objetivo general de la asignatura es adquirir un conocimiento amplio del comportamiento del consumidor y de las variables que afectan a su proceso de decisión de compra.

Específicamente los alumnos al final del curso deben haber:

- Adquirido los conocimientos básicos sobre las variables internas y externas que intervienen en el proceso de decisión de compra.
- Conocido en forma detallada los procesos de decisión del consumidor en relación a los distintos estímulos comerciales.
- Aplicado los conocimientos adquiridos a la resolución de casos prácticos
- Relacionado los distintos temas entre sí y adquirido la capacidad de argumentar críticamente sus razonamientos

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

Identificación de las fuentes de información económica y financiera relevante y su contenido, en relación a los procesos de decisión de compra de los consumidores (CE3)

Emisión de informes de asesoramiento sobre situaciones concretas de empresas y mercados, en relación a los procesos de decisión de compra de los consumidores (CE6)

Redacción de proyectos de gestión global o de áreas funcionales de la empresa, en relación a los procesos de decisión de compra de los consumidores (CE7)

CONTENIDO

Bloque 1: Variables Internas

Bloque 2: Variables Externas

Bloque 3: Procesos de Compra

METODOLOGÍA

(% respecto del total de horas lectivas)

- Clases teóricas: 30%
- Clases prácticas: 30%
- Tutorías personalizadas o en grupo: 10%
- Actividades de evaluación: 10%
- Elaboración y presentación de trabajos en grupo: 20%

EVALUACIÓN

Evaluación individual:

Exámenes parciales y final (60% en total)

Evaluación de grupo:

Elaboración y presentación de trabajos (40% en total)

COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

TEMA 1. Introducción al Comportamiento del Consumidor

PARTE I. VARIABLES INTERNAS

TEMA 2. Análisis de la Percepción

TEMA 3. Personalidad, Valores y Estilos de Vida

TEMA 4. La Motivación

TEMA 5. Aprendizaje y Memoria

TEMA 6. Las Actitudes

PARTE II. VARIABLES EXTERNAS

TEMA 7. Grupos de influencia y liderazgo

TEMA 8. Las Clases Sociales

TEMA 9.- Cultura y Comportamiento del Consumidor

PARTE III. PROCESOS DE COMPRA

TEMA 10.- Las etapas del Proceso de Decisión de Compra

TEMA 11.- Elección y Evaluación de Compra

TEMA 12.- Nuevas Tendencias en el estudio del Comportamiento del Consumidor

SUBJECT

CONSUMER BEHAVIOUR

DEGREE

Double Degree in Law and Business Administration and Management

TYPE OF SUBJECT

Compulsory

ETCS CREDITS

6,0

OBJECTIVES

The objective of this course is to acquire a comprehensive understanding of consumer behaviour and to analyse the main variables that affect the consumer buying decision process.

By the end of the course:

- Students should have acquired a basic knowledge about the internal and external variables involved in the purchase decision process.
- Students should know in detail consumer decision processes in relation to various comercial stimuli
- Students should have applied the knowledge gained in the course to the resolution of practical cases
- Students should have acquired a critical thinking related to consumer behaviour

SPECIFIC COMPETENCES

Identification of economic and financial information sources and relevant content in relation to consumers ´purchase decision processes (CE3)

Advisory reports on specific situations of firms and markets in relation to the purchase decision processes (CE6)

Reports on global management projects -or on functional areas of the company- in relation to the purchase decision processes (SC7)

SYLLABUS

Part 1: Internal Variables

Part 2: External Variables

Part 3: The Buying Processes

METODOLOGY

(% regarding teaching hours)

- Theoretical classes: 30%
- Practical classes: 30%
- Tutorship: 10%
- Evaluation activities: 10%
- Assessment activities: 20%

EVALUATION

Exams (60%)

Assessments and tests (40% en total)

CONSUMER BEHAVIOUR

TOPIC 1. An Introduction to Consumer Behaviour

PART I. INTERNAL VARIABLES

TOPIC 2. Perception

TOPIC 3. Personality, Values and Lifestyle

TOPIC 4. Motivation

TOPIC 5. Learning and Memory

TOPIC 6. Attitudes

PART II. EXTERNAL VARIABLES

TOPIC 7. Reference groups and Leadership

TOPIC 8. Social Classes

TOPIC 9. Culture and Consumer Behaviour

PART III. THE BUYING PROCESSES

TOPIC 10. Stages in the Buying Decision Process.

TOPIC 11. Buying Selection and Evaluation

TOPIC 12. New Trends in the Study of Consumer Buying Behaviour

BIBLIOGRAFÍA**COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR**

- JAVIER ALONSO RIVAS; ILDEFONSO GRANDE ESTEBAN (2010), "Comportamiento del Consumidor". 6ª Edición. Editorial ESIC. ISBN: 978-84-7356-717-6
- LEON G. SCHIFFMAN; LESLIE LAZAR KANUK; JOSEPH WISENBLIT (2010), "Comportamiento del Consumidor". 10ª edición. Editorial Pearson. ISBN: 978-607-442-969-5
- MICHAEL R. SOLOMON; GARY BAMOSSY; SOREN ASKEGAARD; MARGARET K. HOGG, (2010), "Consumer Behavior: A European Perspective". 4ª Edición. Editorial Prentice Hall Europe. Pearson Education. ISBN: 978-0-273-71726-3
- MICHAEL R. SOLOMON (2010), "Consumer Behavior: buying, having and being". 9ª Edición. Editorial Prentice Hall. ISBN: 978-0-136-11092-7