

Maestría en Psicología del Trabajo

CC-7715 "Psicología del Consumo"

1. Introducción y definiciones básicas

- mercado
- consumo
- consumidor

II. Modelo del comportamiento del consumidor

1. Determinantes

1.1. Estímulos externos

- 1.1.1. de mercadeo (producto, plaza, precio, promoción)
- 1.1.2. de otra índole

1.2. Variables internas

1.2.1. Socioculturales

- 1.2.1.1. cultura y clase social
- 1.2.1.2. grupos de referencia, familia y status.

1.2.2. Demográficas

- 1.2.2.1. sexo, edad, estilo de vida, etc.

1.2.3. Psicológicas

- 1.2.3.1. percepción
- 1.2.3.2. motivación
- 1.2.3.3. aprendizaje
- 1.2.3.4. personalidad y autoconcepto (enfoques psicodinámicos, de rasgos y de jerarquía de necesidades:.
- 1.2.3.5. creencias y actitudes

../.

2. Manifestación conductual

2.1. Reconocimiento del problema (necesidad)

2.2. Búsqueda de información

2.3. Evaluación de opciones

2.4. Decisión de compra

2.4.1. producto

2.4.2. marca

2.4.3. punto de venta

2.4.4. momento de la compra

2.4.5. cantidad de compra

2.5. Comportamiento posterior a la compra

III. Investigación de la conducta del consumidor

1. Principios éticos

2. Métodos cualitativos y de observación

3. Métodos cuantitativos

3.1. Encuesta

3.2. Experimentación

3.3. Modelaje del consumidor

4. Medición de actitudes