



| | | |
|--|--|--|
| <p>UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIHUAHUA</p>  <p>UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIHUAHUA</p> <p>UNIDAD ACADÉMICA:</p> <p>CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES</p> <p>OPCIÓN PSICOLOGÍA ORGANIZACIONAL</p> <p>PROGRAMA DEL CURSO:</p> <p>Comportamiento del consumidor</p> | DES: | FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES |
| | Programa(s) académico(s) | Licenciatura Psicología |
| | Tipo de Materia: <i>Obligatoria / Optativa</i> | OBLIGATORIA |
| | Clave de la Materia: | PSI-O-804-24 |
| | Semestre: | 8 |
| | Área en plan de estudios (B,P,E, O): | Opción Psicología Organizacional |
| | Horas Teóricas por semana: (virtuales o presenciales) | 4 |
| | Horas Taller o Laboratorio por semana: | 0 |
| | Horas Practica por semana: | 2 |
| | Hora extra clase por semana: | 4 |
| | Créditos por semana: | 10 |
| | Total de horas por semestre: <i>Total de horas semana por 16 semanas</i> | 64 |
| | Créditos totales: | 10 |
| | Fecha de actualización: | JUNIO 2024 |
| Prerrequisito (s): | NINGUNA | |

DESCRIPCIÓN DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE/ CURSO:

Este curso ofrece una exploración profunda de los factores psicológicos que influyen en el comportamiento del consumidor. Dirigido a estudiantes de psicología, el curso analiza cómo los individuos toman decisiones de compra, cómo se forman las actitudes hacia productos y marcas, y cómo las emociones, percepciones y motivaciones impactan en el comportamiento de consumo. A través de la combinación de teoría y estudios de caso, los estudiantes desarrollarán habilidades para analizar patrones de comportamiento del consumidor y aplicar este conocimiento en contextos de marketing y publicidad.

COMPETENCIA PRINCIPAL QUE SE DESARROLLA:

Comprender los principios fundamentales del comportamiento del consumidor desde una perspectiva psicológica.

Analizar cómo las emociones, motivaciones, actitudes y percepciones influyen en las decisiones de compra.

Explorar el impacto de factores sociales, culturales y personales en el comportamiento del consumidor.

Desarrollar habilidades para investigar y analizar comportamientos de consumo en diversos contextos.

Aplicar teorías y modelos de comportamiento del consumidor a estrategias de marketing y desarrollo de productos.

Evaluar cómo las tendencias actuales y futuras pueden afectar el comportamiento del consumidor.



| | | | | |
|---|--|---|--|---|
| <p>Aplica las diferentes técnicas de observación para la solución de problemas.</p> <p>Analiza las diferentes componentes de un problema y sus interrelaciones.</p> <p>Distingue los diversos tipos de sistemas de la psicología social.</p> <p>Aplica la capacidad para la regulación emocional de forma apropiada.</p> <p>Emplea diferentes métodos para establecer alternativas de solución de problemas desde la intervención comunitaria.</p> <p>Aplica el enfoque sistémico en diversos contextos.</p> <p>Emplea estrategia de autorregulación emocional mediante la comunicación apropiada al entorno.</p> <p>Aplica la competencia para generar emociones positivas en el proceso de intervención mediante la comunicación.</p> <p>Aplica las diferentes técnicas de observación para la solución de problemas psicosociales.</p> | <ol style="list-style-type: none"> 1. Introducción al Comportamiento del Consumidor <ul style="list-style-type: none"> • Definición y alcance del comportamiento del consumidor. • Historia y evolución del estudio del comportamiento del consumidor. 2. Procesos de Decisión del Consumidor <ul style="list-style-type: none"> • Etapas del proceso de decisión de compra. • Factores que influyen en la toma de decisiones: información, alternativas, riesgo percibido. 3. Percepción y Aprendizaje del Consumidor <ul style="list-style-type: none"> • Procesos perceptuales y su influencia en el comportamiento de compra. • Teorías del aprendizaje aplicadas al comportamiento del consumidor. 4. Motivación y Emoción en el Comportamiento del Consumidor <ul style="list-style-type: none"> • Teorías de la motivación y su aplicación en el consumo. • El papel de las emociones en la toma de decisiones de compra. 5. Actitudes del Consumidor y Cambio de Actitudes <ul style="list-style-type: none"> • Formación y cambio de actitudes hacia productos y marcas. • Modelos de actitudes y su relevancia en el marketing. 6. Influencia Social y Comportamiento del | <p>181. Describir Elementos Clave:</p> <p>Los estudiantes podrán describir los elementos esenciales del consentimiento informado y su importancia de la investigación.</p> <p>182. Diseñar Procedimientos:</p> <p>o Los estudiantes podrán diseñar procedimientos para obtener consentimiento informado en diferentes contextos de investigación, incluyendo adaptaciones para poblaciones vulnerables.</p> <p>183. Resolver Dilemas Éticos:</p> <p>o Los estudiantes podrán identificar y resolver dilemas éticos relacionados con el proceso de consentimiento informado en estudios experimentales y observacionales.</p> <p>184. Explicar Principios de Protección de Datos:</p> <p>o Los</p> | <p>Lecturas y Discusiones:</p> <p>Presentaciones y Exposiciones:</p> <p>Estudio de Casos:</p> <p>Seminarios y Talleres</p> <p>Role-Playing y</p> | <p>Ensayo Reflexivo</p> <p>Presentación de Grupo:</p> <p>Cuestionario de Evaluación</p> <p>Formulario de Consentimiento Informado.</p> <p>Simulación de</p> |
|---|--|---|--|---|



| | | | | |
|---|--|--|---|---|
| <p>Analiza las diferentes componentes de un problema y sus interrelaciones.</p> <p>Distingue los diversos tipos de sistemas.</p> <p>Aplica las teorías comprobadas a la solución de problemáticas.</p> <p>Emplea diferentes métodos para establecer alternativas de solución de problemas basado en evidencia.</p> <p>Desarrolla el interés y espíritu científicos.</p> <p>Adapta críticamente conceptos y comportamientos a normas, ambientes y situaciones cambiantes.</p> <p>Crea soluciones innovadoras y utiliza formas no convencionales en la solución de problemas.</p> <p>Asume una actitud responsable por el estudio independiente considerando la unicidad del caso.</p> <p>Analiza diferentes métodos de escucha y dialogo.</p> <p>Analiza los diferentes componentes del conflicto y la mediación.</p> <p>Distingue los</p> | <p>Consumidor</p> <ul style="list-style-type: none"> • Impacto de grupos de referencia, familia y cultura en el comportamiento del consumidor. • Procesos de conformidad y disonancia cognitiva en el consumo. <p>7. Segmentación y Posicionamiento de Mercado</p> <ul style="list-style-type: none"> • Segmentación del mercado basada en comportamientos y actitudes. • Estrategias de posicionamiento de marcas y productos. <p>8. Comportamiento del Consumidor en el Entorno Digital</p> <ul style="list-style-type: none"> • Impacto de la tecnología y las redes sociales en el comportamiento del consumidor. • Personalización y marketing dirigido en la era digital. <p>9. Investigación del Comportamiento del Consumidor</p> <ul style="list-style-type: none"> • Métodos de investigación cualitativa y cuantitativa en el estudio del comportamiento del consumidor. • Análisis de datos y su aplicación en estrategias de marketing. <p>10. Tendencias Futuras en el Comportamiento del Consumidor</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cambios demográficos y su impacto en el consumo. • El futuro del comportamiento del consumidor: sostenibilidad, ética y | <p>estudiantes podrán explicar los principios de privacidad y confidencialidad y su relevancia en la investigación psicológica.</p> <p>185. Aplicar Estrategias de Protección:</p> <p>o Los estudiantes podrán aplicar estrategias adecuadas para la protección de datos personales, incluyendo técnicas de anonimización y enmascaramiento de datos.</p> <p>186. Gestionar Violaciones:</p> <p>o Los estudiantes podrán identificar casos de violación de confidencialidad y desarrollar estrategias correctivas y preventivas para evitar y manejar estas violaciones.</p> <p>91. Explicar Principios de Protección de Datos:</p> <p>o Los estudiantes podrán explicar los principios de privacidad y confidencialidad y su relevancia en la investigación psicológica.</p> <p>92. Aplicar Estrategias de Protección:</p> <p>o Los estudiantes podrán aplicar estrategias adecuadas para la protección de datos personales, incluyendo técnicas de</p> | <p>Simulaciones</p> <p>Estudio de Casos y Dilemas Éticos:</p> <p>Reflexión Individual y Grupal:</p> <p>Lecturas Especializadas y Discusiones:</p> <p>Talleres Prácticos:</p> <p>Estudio de Casos Reales:</p> <p>Debates y Análisis:</p> | <p>Obtención de Consentimiento :</p> <p>Estudio de Caso</p> <p>Elaboración de Política de Protección de Datos:</p> <p>Estudio de Caso sobre Violación de Confidencialidad</p> <p>Debate sobre Protección de Datos</p> |
|---|--|--|---|---|



| | | | | |
|--|----------------------------|---|---|---|
| <p>diversos tipos de emociones y sus funciones.</p> <p>Desarrolla habilidad para el diagnóstico en comunicación, planificación y sistematización.</p> <p>Aplica la habilidad para utilizar el vocabulario adecuado en la conformación del campo de la comunicación comunitaria.</p> <p>Desarrolla capacidad de intervención en lo social utilizando el lenguaje apropiado según la cultura particular.</p> <p>Aplica las diferentes técnicas de intervención psicosocial.</p> <p>Desarrolla la conciencia crítica y reflexiva en relación a los factores de riesgo psicosocial específicos del entorno.</p> <p>Emplea diferentes métodos de apropiación del desarrollo comunitario.</p> <p>Aplica el enfoque sistémico en relación al disenso y diferencia individuales.</p> <p>Conoce los diferentes planteamientos de intervención: cognitivo,</p> | <p>consumo consciente.</p> | <p>anonimización y enmascaramiento de datos.</p> <p>93. Gestionar Violaciones: o Los estudiantes podrán identificar casos de violación de confidencialidad y desarrollar estrategias correctivas y preventivas para evitar y manejar estas violaciones.</p> <p>91. Demostrar Honestidad Investigativa: o Los estudiantes podrán demostrar un entendimiento sólido de los principios de honestidad y transparencia en la investigación y aplicarlos a la presentación de resultados.</p> <p>92. Prevenir Plagio: o Los estudiantes podrán identificar prácticas de plagio y utilizar estrategias para evitarlo, garantizando la originalidad en sus trabajos de investigación.</p> <p>93. Evaluar Responsabilidad Profesional: o Los estudiantes podrán evaluar la responsabilidad profesional y social del investigador, considerando las implicaciones éticas de la divulgación de resultados.</p> | <p>Lecturas y Reflexiones</p> <p>Talleres sobre Plagio</p> <p>Estudio de Casos y Análisis de Situaciones</p> <p>Actividades Prácticas</p> | <p>Proyecto de Investigación Ética</p> <p>Ensayo sobre Plagio y Originalidad:</p> <p>Estudio de Casos de Fraude</p> |
|--|----------------------------|---|---|---|



| | | | | |
|--|--|--|--|--|
| <p>ecológico y psicoeducativo.</p> <p>Aplica conocimiento entorno al desarrollo en la cognición interpersonal.</p> <p>Desarrolla el interés y la capacidad de comprender el punto de vista y los sentimientos de los demás desde el Enfoque Centrado en la Persona.</p> <p>Empleo de las diferentes técnicas que desarrollan el pensamiento causal, consecuencial y alternativo en procesos de intervención.</p> <p>Aplica las diferentes técnicas desarrollo de competencias personales.</p> <p>Analiza las diferentes componentes de la conciencia emocional.</p> <p>Distingue los diversos tipos emociones y sus funciones.</p> <p>Desarrolla habilidad para comprender el estado emocional individual y comunitario.</p> <p>Aplica la habilidad para utilizar el vocabulario emocional en términos</p> | | <p>91. Comprender Funciones de Comités de Ética: o Los estudiantes podrán comprender la estructura y funciones de los comités de ética en la investigación y explicar su rol en la revisión y aprobación de proyectos.</p> <p>92. Evaluar Propuestas de Investigación: o Los estudiantes podrán evaluar propuestas de investigación utilizando criterios éticos y desarrollar habilidades para abordar las críticas y recomendaciones de los comités de ética.</p> <p>93. Supervisar y Resolver Problemas Éticos: o Los estudiantes podrán implementar mecanismos de supervisión ética durante la investigación y manejar problemas éticos emergentes de manera efectiva.</p> <p>91. Identificar Regulaciones Aplicables: o Los estudiantes podrán identificar y explicar las leyes y regulaciones nacionales e internacionales relevantes para la investigación psicológica.</p> <p>92. Comprender Responsabilidades Legales: o Los estudiantes podrán</p> | <p>Clases Teóricas y Presentaciones</p> <p>Simulaciones de Evaluación</p> <p>Role-Playing de Supervisión</p> <p>Estudio de Casos Reales</p> <p>Clases y Lecturas sobre Legislación:</p> <p>Estudio Comparativo:</p> <p>Debates sobre Responsabilidad Legal:</p> <p>Investigación y</p> | <p>Simulación de de Revisión de de Propuestas</p> <p>Informe de de Evaluación</p> <p>Resolución de de Problemas Éticos</p> <p>Informe sobre de Legislación Aplicable</p> <p>Debate sobre de Responsabilidad Legal</p> <p>Investigación sobre de Tendencias Futuras</p> |
|--|--|--|--|--|

