

# COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

10  
HORAS

## DESCRIPCIÓN

---

En este curso nos acercaremos al comportamiento del consumidor, al proceso de toma de decisiones en la compra y a las variables internas y externas que pueden afectar.

Aprenderemos la forma en que podemos detectar los hábitos de compra, para adecuar nuestro producto al mercado y al público objetivo concretado. Analizaremos los grupos de referencia, los procesos socio-culturales y el ciclo familiar intentando detectar los hábitos de compra, para adecuar nuestro producto a nuestro público objetivo.

## OBJETIVOS

---

Conocer, analizar y acercarse a los hábitos de compra de nuestro público objetivo.

## CONTENIDOS

---

UNIDAD 1: Conceptos fundamentales - Las motivaciones y sus clases - La manipulación publicitaria - Las técnicas proyectivas de investigación motivacional

UNIDAD 2: Decisión de compra. Determinantes internos y externos del comportamiento - Proceso de decisión de compra - Determinantes internos y externos del consumidor

UNIDAD 3: Procesos socio-culturales: ciclo de vida familiar, grupos de referencia - Grupos sociales - Características de compra de las organizaciones