

DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Titulación:	Grado en Administración y Dirección de Empresas		
Ámbito	Ciencias sociales, trabajo social, relaciones laborales y recursos humanos, sociología, ciencia política y relaciones internacionales		
Facultad/Escuela:	Derecho, Empresa y Gobierno		
Asignatura:	Comportamiento del Consumidor		
Tipo:	Obligatoria	Créditos ECTS:	3
Curso:	2	Código:	1024
Periodo docente:	Tercer semestre		
Materia:	Marketing		
Módulo:	Formación Disciplinar		
Tipo de enseñanza:	Presencial		
Idioma:	Castellano		
Total de horas de dedicación del alumno:	75		

Equipo Docente	Correo Electrónico
Lázaro Darío López Pérez	lazarodario.lopez@ufv.es

DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

Esta asignatura pretende estimular al alumno a investigar sobre la conducta del consumidor, su comportamiento y la forma en la que se conduce tanto en el espacio físico de venta como el digital, puntos de encuentro de las empresas y el consumidor, que es hoy en día el contexto donde casi todos transitamos a diario realizamos con frecuencia un abundante número de transacciones, así como analizar la información obtenida por las empresas en el espacio físico/digital y la gestión por categorías de producto.

OBJETIVO

Conocer y analizar los distintos patrones de comportamiento del consumidor para diseñar y gestionar interacciones efectivas con vínculo emocional con las personas. Introducir al alumno en la comprensión del comportamiento del consumidor desde una perspectiva interdisciplinar (psicología, marketing y “merchandising” tanto de animación como de gestión del espacio físico), preparándolos para tomar decisiones más informadas como futuros gestores.

Esto significa aprender a crear y diseñar espacios físicos que ayuden a comprender y analizar los desplazamientos e interacciones con los clientes en cada punto de contacto a través de los múltiples canales que hoy en día disponen las organizaciones.

El punto crítico de la asignatura es comprender el comportamiento del consumidor y analizar los resultados para construir estrategias de optimización de los recursos, desde un punto de vista tanto práctico como teórico se verán las diferentes variables que determinan el comportamiento psicológico del consumidor antes, durante y después del proceso de compra o servicio.

CONOCIMIENTOS PREVIOS

Los propios del grado.

CONTENIDOS

1.- INTRODUCCION Y CONCEPTO

2.- PROCESO DE DECISION DE COMPRA DEL CONSUMIDOR

3.- MERCHANDISING DE ANIMACION

Principios Básicos

Técnicas de Animación

Casos Prácticos

ANALISIS SOBRE EL TERRENO

4.-MERCHANDISING DE GESTION

Surtido

Gestión del lineal

Relación Espacio Rentabilidad

Análisis Estático y Dinámico

5.- Comportamiento Digital Trataremos de contestar a la pregunta de ¿Cómo afecta al comportamiento del consumidor la irrupción de la IA y el entorno digital, IAs, Apps, Buscadores... etc.

ACTIVIDADES FORMATIVAS

Durante las clases presenciales y/o a través del campus virtual se dará a conocer al alumno el contenido de la asignatura de acuerdo con el programa académico. El cual quedará a disposición del alumnado en la asignatura en el campus virtual de la UFV junto con la Rúbrica de la asignatura.

El profesor expondrá los temas apoyándose en medios audiovisuales en el aula física y virtual, donde el alumno podrá generar sus notas o apuntes. Además, el profesor planteará la realización de actividades formativas

complementarias bien durante la propia clase, bien fuera de ella, bien en base personal, bien en base grupal o bien a través de contenidos en plataformas virtuales a fin de favorecer el proceso de aprendizaje del alumno gracias a su trabajo personal y/o grupal.

Estas actividades podrán tener diferentes formatos en función de la conveniencia, como, por ejemplo, responder a alguna pregunta específica accediendo a información en tiempo real (conexión a internet en las aulas) o realizar una pequeña investigación de fuentes, o resolución de problemas. La realización de un trabajo específico de la materia con varias fases de elaboración, tutorización personal y entrega completa la metodología de enseñanza aprendizaje de esta asignatura.

Dentro de algunos temas se usa el modelo de exposición activa y participativa de los alumnos si el desarrollo de la materia lo permite, se explican las principales ideas y conceptos del comportamiento del consumidor relacionadas con el tema bajo análisis y el alumno, tras su trabajo personal, expone sus ideas y aplicaciones en clase. Los demás alumnos intervienen en la clase mediante preguntas y la aportación de sus ideas y/o conclusiones. El debate en clase es un elemento sistemático en el desarrollo de esta asignatura.

DISTRIBUCIÓN DE LOS TIEMPOS DE TRABAJO

ACTIVIDADES FORMATIVAS DIRIGIDAS POR EL PROFESOR	TRABAJO AUTÓNOMO
30 Horas	45 Horas

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Conocer las características, estrategias y técnicas de comercio electrónico para mejorar la gestión del marketing de la empresa.

Tener una capacidad de lectura comprensiva y análisis de textos especializados.

Identificar los factores psicosociales que permita el desarrollo y bienestar de sus trabajadores y/o clientes, teniendo en cuenta los diversos tipos de organizaciones y mercados y cómo influyen en la gestión y los resultados de la empresa.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE ESPECÍFICOS

Analiza el comportamiento del consumidor en el punto de venta físico.

Comprende los principios y criterios para el diseño de espacios comerciales.

Evalúa la eficacia de las acciones de animación en el punto de venta y sus resultados.

Entiende el concepto de gestión por categorías y sus implicaciones en la organización y optimización del espacio de venta

Analiza los efectos en el comportamiento del consumidor tras la irrupción de la IA.

SISTEMA DE EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE

Existen dos sistemas de evaluación: continua y alternativa.

Evaluación continua : alumnos de 1ª matrícula con excepción de los que hayan obtenido dispensa académica y los alumnos que estén en estancia de intercambio, y alumnos en 2da matrícula y posteriores. El sistema de evaluación continua recoge los siguientes parámetros:

- 50% Examen escrito
- 30% Proyecto grupal (IMPORTANTE: el sistema de evaluación pormenorizado del proyecto grupal se podrá consultar dentro del CANVAS de la asignatura. Es responsabilidad del alumno conocer el sistema y la ponderación interna del mismo)
- 20% Actividades diarias, trabajos y ejercicios individuales y grupales

El sistema de evaluación continua se aplicará para aquellos alumnos que hayan asistido al menos al 80% de las sesiones. En caso contrario el alumno perderá el 20% correspondiente a la calificación de las actividades diarias, trabajos y ejercicios individuales y grupales.

Evaluación alternativa : alumnos con dispensa académica (*) aprobada y alumnos UFV en estancia de intercambio. Los alumnos en estancia de intercambio no tienen que solicitar dispensa. En cualquiera de los casos, es responsabilidad del alumno el seguimiento de la signatura, así como de los aspectos que componen su evaluación. El sistema de evaluación alternativa recoge los siguientes parámetros:

- Examen escrito 70%
- Proyecto individual 30%

Alumnos en segunda matrícula o sucesivas : estos alumnos podrán acogerse al sistema de evaluación continua, siempre y cuando cumpla con todos los requisitos, incluida la asistencia a clase. En caso contrario deberán seguir el sistema alternativo de evaluación.

Importante: En cualquiera de los sistemas de evaluación para superar la asignatura el alumno tendrá que tener una calificación de al menos 5,0 en todos los ítems que conforman su evaluación, excepto en las actividades diarias, trabajos y ejercicios con el peso del 20%. En caso de no obtener esta nota mínima en el resto la asignatura quedará pendiente.

Convocatoria extraordinaria : El alumno debe trabajar la asignatura durante todo el cuatrimestre. Las diferentes actividades están concebidas para la evolución de los conocimientos y para facilitar que el alumno los adquiera de forma paulatina. En convocatoria extraordinaria el alumno deberá presentarse a todos los ítems en los que no haya alcanzado, al menos, la calificación de 5,0. En los ítems superados se guardará la calificación obtenida. En esta convocatoria la calificación máxima que se puede obtener es de 7,0.

IMPORTANTE : En ningún caso se guardarán calificaciones de un curso académico para el siguiente. Si el alumno no supera la asignatura en convocatoria extraordinaria, tendrá que presentarse el curso siguiente y superar todos los ítems que componen la evaluación.

Para asegurar el aprendizaje significativo por parte del alumno, se respetarán escrupulosamente las fechas de entrega de las actividades propuestas, trabajos individuales y grupales.

Todas las pruebas susceptibles de evaluación estarán supeditadas a lo establecidos en la Normativa de Evaluación de UFV. Los alumnos están obligados a observar las reglas elementales y básicas sobre autenticidad y originalidad en toda actividad formativa o prueba de evaluación. Cuando un alumno disponga o se valga de medios ilegítimos en la celebración de una prueba de evaluación, incurra en plagio, o se atribuya indebidamente la autoría de trabajos académicos requeridos para la evaluación será sancionado conforme a lo establecido en la Normativa de Evaluación y Normativa de convivencia de la Universidad. (*) Un alumno podrá obtener dispensa académica por motivos de trabajo, incompatibilidad de horarios, enfermedad u otros que estime la Dirección de la Carrera, previa petición de la misma en Coordinación Académica aportando la documentación que se exija a tal efecto. Una vez concedida, se notificará oficialmente tanto al profesor afectado como al alumno que lo haya solicitado desde Coordinación Académica.

USO ÉTICO Y RESPONSABLE DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL

1.- El régimen de uso de cualquier sistema o servicios de Inteligencia Artificial (IA) vendrá determinado por el criterio del profesor, pudiendo ser utilizada solo en la forma y supuestos en que así lo indique y, en todo caso, con sujeción a los siguientes principios:

- a) El uso de sistemas o servicios de IA deberá acompañarse de una reflexión crítica por parte del alumno sobre su impacto y/o limitaciones en el desarrollo de la tarea o trabajo encomendado.
- b) Se justificará la elección de los sistemas o servicios de IA utilizados, explicando sus ventajas respecto a otras herramientas o métodos de obtención de la información. Se describirá con el mayor detalle posible el modelo

elegido y la versión de IA utilizada.

c) El uso de sistemas o servicios de IA debe ser citado adecuadamente por el alumno, especificando en qué partes del trabajo se ha utilizado, así como el proceso creativo desarrollado. Puedes consultar el formato de citas y ejemplos de uso en la web de la Biblioteca (https://www.ufv.es/gestion-de-la-informacion_biblioteca/).

d) Se contrastarán siempre los resultados obtenidos a través de sistemas o servicios de IA. Como autor, el alumno es responsable de su trabajo y de la legitimidad de las fuentes utilizadas en el mismo.

2.- En todo caso, el uso de sistemas o servicios de IA deberá respetar siempre y en todo momento los principios de uso responsable y ético que rigen en la universidad y que pueden consultarse en la [Guía de Buen Uso de la Inteligencia Artificial en los Estudios de la UFV](#). Además, el profesor podrá recabar del alumno otro tipo de compromisos individuales cuando así lo estime necesario.

3.- Sin perjuicio de lo anterior, en caso de duda sobre el uso ético y responsable de cualquier sistema o servicio de IA, el profesor podrá optar por la presentación oral de cualquier trabajo o entrega parcial solicitado al alumno, siendo esta la evaluación prevalente sobre cualquier otra prevista en la Guía Docente. En dicha defensa oral, el alumno deberá demostrar su conocimiento de la materia, justificando sus decisiones y el desarrollo de su trabajo.

BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

Básica

Carmen Arenal Laza Implantación de Espacios Comerciales 2023 2023

Complementaria

El foco de actividad será el análisis práctico y visual de CASOS de ESTUDIO propuestos por el profesor y los propios alumnos.