

GUÍA DOCENTE

COMPORTAMIENTO Y
SOCIOLOGÍA DEL
CONSUMIDOR /
CONSUMER BEHAVIOR
AND SOCIOLOGY

Comportamiento Y Sociología Del Consumidor / Consumer Behavior And Sociology

Número total de créditos ECTS		6
Tipología		Obligatoria / Compulsory subject
Organización temporal		Curso 4; Semestre 7
Modalidad		Presencial y Virtual / Classroom and Virtual
Idioma		Español e Inglés / Spanish and English
Contenidos		<ul style="list-style-type: none"> • Comportamiento del consumidor. Variables internas y externas que influyen en el comportamiento de compra. • Principios de sociología aplicados al marketing. • El proceso de decisión de compra y post-compra. • El consumidor en la era digital. <p>----</p> <ul style="list-style-type: none"> • Consumer behavior. Internal and external variables influencing purchasing behavior. • Sociological principles applied to marketing. • The process of purchase decision and post-purchase. • The consumer in the digital age.
Resultados de aprendizaje TÍTULO	Conocimientos y contenidos	CC03 Conocer las herramientas básicas de gestión de la información en el contexto empresarial y de negocio del sector del marketing y la comunicación. / To understand the basic tools for information management in the business and corporate context of marketing and communication.
	Habilidades y destrezas	
	Competencias	<p>CP08 Integrar la percepción psicológica y el comportamiento del consumidor en la definición de estrategias de marketing. Integrate psychological perception and consumer behavior into the definition of marketing strategies</p> <p>CP04 Tomar decisiones empresariales y de negocio del área del marketing y la comunicación con una perspectiva de estrategia corporativa global. / Make business decisions in the marketing and communication area with a perspective of global corporate strategy.</p> <p>CP10 Proyectar enfoques alternativos, buscar soluciones y generar valor en contextos complejos y cambiantes del marketing y la comunicación. / Project alternative approaches, seek solutions, and generate value in complex and changing marketing and communication contexts.</p> <p>CP13 Trabajar en entornos multiculturales e internacionales del marketing y la comunicación en base al reconocimiento y el respeto a la diversidad. / Work in multicultural and international marketing and communication environments based on the recognition and respect for diversity.</p> <p>CP14 Actuar en el área del marketing y la comunicación de manera honesta, ética, sostenible, socialmente responsable y respetuosa con los derechos humanos y la diversidad. / Act in the area of marketing and communication in an honest, ethical, sustainable, socially responsible, and respectful manner towards human rights and diversity</p>

Modalidad Presencial	Actividades formativas		Horas totales	
	Clases Expositivas / Participatory learning		28	
	Seminarios / Seminars		2	
	Clases prácticas / Practical lessons		28	
	Tutorías / Tutorials		12	
	Trabajo autónomo / Autonomous work		76	
	Prueba de evaluación final / Final evaluation test		4	
	Total		150	
	Sistemas de evaluación		MÍNIMO	MÁXIMO
	Evaluación final: prueba o examen presencial / Final evaluation test		50	50
	Resolución problemas / Problem resolution		10	30
	Estudio casos - Proyectos / Case studies - projects		10	30
	Otras actividades de evaluación continua / Other continuous evaluation activities		0	10
	Total		70	120
Observaciones				
Modalidad Virtual	Actividades formativas		Horas totales	
	Clases Expositivas		13	
	Seminarios		2	
	Clases prácticas		13	
	Actividades Dirigidas Asíncronas		30	
	Tutorías		12	
	Trabajo autónomo		76	
	Prueba de evaluación final		4	
	Total		150	
	Sistemas de evaluación		MÍNIMO	MÁXIMO
	Evaluación final: prueba o examen		50	50
	Resolución problemas		10	30
	Estudio casos - Proyectos		10	30
	Otras actividades de evaluación continua		0	10
Total		70	120	
Observaciones				