

MARKETING

ÁREA DE DESARROLLO:



CENTRO DE  
DESARROLLO GERENCIAL

Education & Management

Curso de:  
**ANÁLISIS DE LA  
CONDUCTA DEL  
CONSUMIDOR**



+54 11 5199 0868/69  
fundacion@geo.org.ar  
Uruguay 469 12 A, CABA

Seguinos en las redes sociales



www.fundaciongeo.org.ar

Escaneá el código y  
entrá a nuestra web  
para enterarte de más!



## FICHA TÉCNICA



Carga horaria  
**12 horas**  
(3 horas cada reunión)



Modalidad  
**Virtual sincrónica**  
(Docente en línea)



Área de desarrollo  
**Marketing**



Docente  
**Ana Loza Basaldúa**



Director de área  
**Benito Cleres**

---

TIPO DE ACTIVIDAD:

### **INNOVACIÓN**

Son actividades esenciales que facilitan las acciones para su organización y su equipo, este tipo de actividades son indispensables y tienen funciones transversales para cualquier organización.

Son la base histórica del desarrollo profesional en el mundo. Permiten optimizar estándares de calidad y servicio a los niveles más altos.

## ¿Por qué es importante esta capacitación?

El centro del comportamiento del consumidor es el entendimiento del ser humano, sus necesidades, sus deseos, las emociones, los sueños y aspiraciones. Entender las razones por las cuales consume una categoría específica de producto, identificar los procesos racionales y emocionales en la selección de una marca. La mayoría de las cosas que compramos tienen un alto contenido emocional el cual es muy influenciado por la cultura y el entorno en el cual se desenvuelve el consumidor. Los seres humanos somos muy influenciados y nos gusta seguir las tendencias marcadas por la cultura. Para conocer el comportamiento de los consumidores es necesario apoyarse en las ciencias sociales, en especial la psicología y la antropología.

---

## OBJETIVOS

- Conocer las preferencias, hábitos y tendencias de los consumidores de servicios para establecer una ventaja diferencial en el mercado.
- Analizar y diferenciar los pasos en un proceso de toma de decisión en los actos de consumo a través del uso de ciencias del comportamiento: etnología, psicología y semiótica.

---

## PERFIL DEL PARTICIPANTE

A profesionales y ejecutivos del área de marketing, personal de Mandos Medios, Mandos Superiores, Funcionarios con poder de decisión y Directivos de Organizaciones Intermedias.

---

## METODOLOGÍA

Exposición dialogada. Presentaciones conceptuales combinadas con talleres grupales. Se centra en ejercicios individuales y grupales dirigidos, análisis de casos, a partir de pautas de coordinación y en función de las necesidades de capacitación y experiencias de los asistentes.

### TEMARIO DE LA ACTIVIDAD

- **Introducción al estudio del consumo y comportamiento del consumidor:**

El significado del consumo. El estudio del comportamiento del consumidor. La empresa: El desafío de comprender a los consumidores, las investigaciones de mercado. Los aspectos simbólicos del consumo. Los procesos psicológicos que enmarcan el acto de consumo. Concepto de necesidad y el concepto del deseo.

- **La percepción y la Marca:**

Proceso perceptivo: sus características. Sistemas sensoriales. Exposición. Umbrales sensoriales. Atención. Factores personales de elección. La importancia de la interpretación de los estímulos. Aspectos semióticos ligados al consumo. Análisis de los vínculos entre el consumidor y la marca. La Identificación. Imaginarios sociales. Diferencias entre perfil de usuario e imagen de consumidor

- **Actitudes:**

Estudio de actitudes cómo factor predictor de constelaciones de consumo. La empresa y los desafíos en la medición de actitudes. Principales técnicas e instrumentos para la medición y la evaluación de actitudes.

- **Las influencias culturales sobre el comportamiento del consumidor:**

Concepto de cultura y su influencia en el consumo. La cultura como un proceso de asignación de significados a lo que se compra y se consume. La globalización y el desafío de comprender las distintas culturas y entornos de consumo.

---

## DOCENTE



### Ana Loza Basaldúa

Lic en administración (UBA), Docente de la FCE de la UBA y del IURP en materias de Marketing Deportivo (investigación de Mercado y Conducta del Consumidor y Plan Integral de Marketing), ejerce la docencia hace más de 10 años. Socia fundadora de EQP soluciones en donde ayuda a los emprendedores a entender y hacer más eficientes sus negocios, haciendo foco en sus clientes y sus necesidades y en cuestiones de gestión.



## MARKETING

Director de área:

### Benito Cleres

*Ingeniero. Profesor de asignaturas con incumbencias en Marketing, Comercialización, Cadena de Valor.*



## CENTRO DE DESARROLLO GERENCIA

Education & Management

A través de nuestro equipo y red de expertos brindamos las herramientas y el conocimiento teórico-práctico probado que permite a las personas su desarrollo en plenitud en el ámbito profesional y laboral, fortaleciéndose para lograr sus metas de vida y agregar valor a su familia y comunidad.



**Entrá a nuestra web  
y enteráte de más!**

Seguinos en las redes sociales



[www.fundaciongeo.org.ar](http://www.fundaciongeo.org.ar)

 +54 11 5199 0868/69

 [fundacion@geo.org.ar](mailto:fundacion@geo.org.ar)

 Uruguay 469 12 A, CABA