

(COMT06) Comportamiento del consumidor y responsabilidad social del marketing en el comercio



Área: Pack Comercio y marketing

Modalidad: Teleformación

Duración: 30 h

Precio: 225.00€

[Curso Bonificable](#)

[Contactar](#)

[Recomendar](#)

 [Tienda online](#)

[Matricularme](#)

OBJETIVOS

- Identificar los factores que influyen en el comportamiento del consumidor en el comercio, resaltando su entorno social y cultural en el proceso de toma de decisión, así como la ética y responsabilidad social del marketing.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Identificar los factores que influyen en el comportamiento del consumidor individual en el comercio, así como entender la vinculación que la comunicación logra de los consumidores con el entorno que los rodea.
2. Conocer cuáles son las motivaciones de los consumidores que impulsan el comportamiento de compra.
3. Entender el mecanismo por el cual las necesidades actúan como motor de acción.
4. Identificar los factores de la personalidad de los consumidores que inciden en el comportamiento de compra.
5. Comprender cómo la relación del consumidor con su entorno influye en el comportamiento de compra.
6. Identificar los mecanismos que influyen en la percepción del consumidor y su papel en la toma de decisiones de consumo.
7. Analizar como la reacción al entorno y las situaciones, por medio del aprendizaje, moldea la actitud de consumidor que influyen en el comportamiento de compra.
8. Entender la vinculación que la comunicación logra de los consumidores con el entorno que los rodea.
9. Identificar los factores del entorno social, cultural y personal que afectan a las actitudes y al comportamiento del consumidor y comprender cómo permiten implementar acciones comerciales eficientes.
10. Ser conscientes de la influencia de los factores culturales en el comportamiento de compra del consumidor.
11. Conocer los grupos de referencia que influyen en las decisiones de compra.
12. Identificar los diferentes roles de los consumidores en la compra y descubrir procedimientos de actuación específicos para cada uno de ellos.
13. Determinar las características del entorno del consumidor que afectan a su comportamiento de compra.
14. Comprender cómo implementar acciones comerciales y de comunicación eficientes en base a la influencia de estos factores.
15. Analizar el concepto de marketing responsable y sus diferentes aspectos de influencia.
16. Conocer el concepto de marketing responsable.
17. Identificar las ventajas y exigencias de las estrategias de marketing responsable.
18. Estudiar los ámbitos de aplicación del marketing responsable.
19. Diferenciar las prácticas de marketing responsable que responden a una concienciación ética de aquellas que son una pura estrategia de marketing sin un respaldo ético.

EMAIL: info@mferrerconsultores.com

TELÉFONO: 635952170

<https://www.mferrerconsultores.com>



CONTENIDOS

Módulo 1: Comportamiento del consumidor

1. Comportamiento del consumidor.
2. Comportamiento del consumidor: percepción, aprendizaje y comunicación.

Módulo 2: Contexto social, cultural y personal del consumidor

1. Contexto social, cultural y personal del consumidor.

Módulo 3: Marketing responsable

1. Marketing responsable.

MATERIALES

Toda la documentación necesaria para la realización del curso se encuentra en la plataforma de teleformación pero se entregarán documentación de ayuda y complementaria al alumno si el formador así lo requiere.

METODOLOGIA

La actividad tutorial será bidireccional, es decir, tanto el alumno se puede poner en contacto con el tutor para solventar dudas o dificultades como el tutor con el alumno para establecer un contacto directo con él, comprobar su nivel de progreso en el estudio, su grado de motivación y su situación personal en relación con su participación en la acción formativa.

Las características de la metodología de este tipo de acciones formativas son:

Total libertad de horarios para realizar el curso desde cualquier ordenador con conexión a Internet, **sin importar el sitio desde el que lo haga**. Puede comenzar la sesión en el momento del día que le sea más conveniente y dedicar el tiempo de estudio que estime más oportuno.

En todo momento contará con un **asesoramiento de un tutor personalizado** que le guiará en su proceso de aprendizaje, ayudándole a conseguir los objetivos establecidos.

Hacer para aprender, el alumno no debe ser pasivo respecto al material suministrado sino que debe participar, elaborando soluciones para los ejercicios propuestos e interactuando, de forma controlada, con el resto de usuarios.

El aprendizaje se realiza de una manera amena y distendida. Para ello el tutor se comunica con su alumno y lo motiva a participar activamente en su proceso formativo. Va controlando su progreso a través de diversos ejercicios como por ejemplo test de autoevaluación.

Los contenidos del curso se actualizan para que siempre respondan a las necesidades reales del mercado. El departamento multimedia incorpora gráficos, imágenes, videos, sonidos y elementos interactivos que complementan el aprendizaje del alumno ayudándole a finalizar el curso con éxito.

REQUISITOS

EMAIL: info@mferrerconsultores.com

TELÉFONO: 635952170

<https://www.mferrerconsultores.com>



Los requisitos técnicos mínimos son:

Navegador Microsoft Internet Explorer 5.5 o superior, con plugin de Flash, cookies y JavaScript habilitados.

No se garantiza su óptimo funcionamiento en otros navegadores como Firefox, Netscape, Mozilla, etc.

Resolución de pantalla de 800x600 y 16 bits de color o superior.

Procesador Pentium II a 300 Mhz o superior.

32 Mbytes de RAM o superior.

CONTROLES APRENDIZAJE

Se llevará a cabo una **evaluación continua**, con el seguimiento a través de las tutorías que van haciendo los profesores, para comprobar si ha habido un aprovechamiento real del curso. Para ello, el alumnado deberá realizar todos los ejercicios que acompañan a los contenidos del curso (evaluaciones, autoevaluaciones, cuestionarios, ejercicios prácticos, etc.) para evaluar que van consiguiendo los contenidos adecuados.

De igual modo, se realizará una **evaluación final**, donde el alumno deberá de responder adecuadamente al examen de evaluación final que será corregido automáticamente una vez realizado.

Plazos de realización:

Evaluación continua: con objeto de garantizar el máximo aprovechamiento del curso, se recomienda al alumnado que entregue los ejercicios prácticos, autoevaluaciones, cuestionarios a lo largo del curso.

Evaluación final: se recomienda que se realice una vez finalizado todo el curso, es decir, el último día del mismo, para poder responder adecuadamente a las preguntas que se indiquen.

Evaluación continua: durante todos los días del curso.

Evaluación final: un día después de la finalización del curso.

EMAIL: info@mferrerconsultores.com

TELÉFONO: 635952170

<https://www.mferrerconsultores.com>