

COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

GUÍA DOCENTE

GRADO EN MARKETING

2025/2026

I. IDENTIFICACIÓN DE LA ASIGNATURA

ASIGNATURA: Comportamiento del Consumidor

TIPO: Obligatoria

PERIODO DE IMPARTICIÓN: Primer semestre

NÚMERO DE CRÉDITOS: 4,5 ECTS

IDIOMA EN EL QUE SE IMPARTE: Castellano

CALENDARIOS Y HORARIOS: Ver en la web y en el Campus Virtual

II. PROFESORADO

PERSONAL DOCENTE: Francisco José Suárez Rodríguez

CORREO ELECTRÓNICO: fj.suarezrodriguez@cedeu.es

CATEGORÍA: Doctor

TUTORÍAS: Para consultar las tutorías póngase en contacto con el/la profesor/a

TIEMPO ESTIMADO DE RESPUESTA AL ALUMNO: 48 h (días lectivos) desde la recepción del correo electrónico

III. PRESENTACIÓN

El objetivo de la asignatura es estudiar el comportamiento del consumidor desde el punto de vista del marketing. Para ello se analizarán las influencias internas, externas y el proceso de decisión de compra, así como las teorías, modelos y las fases de dicho proceso. Así mismo se trabajará el proceso de investigación sobre los consumidores, las nuevas tendencias en este campo, como el análisis Big Data, y su aplicación a los procesos de segmentación de mercados y posicionamiento de marcas. Por último, se tratarán aspectos claves como el comportamiento del consumidor on-line, y la nueva relación entre el marketing y la ética corporativa. Por tratarse de una asignatura introductoria, no es necesario que el alumnado disponga de conocimientos previos en la materia. No obstante, se recomienda que haga uso de alguno de los manuales de la bibliografía del comportamiento del consumidor, y la consulta, al menos, de la que se indica al final de esta guía, como apoyo a los contenidos de la asignatura, y para la realización de los trabajos y prácticas. Para alcanzar los objetivos formativos de la asignatura, se recomienda participar de forma activa en las distintas actividades prácticas planteadas en clase, en los casos prácticos en grupo, así como, leer y estudiar los materiales recomendados. En especial aquellas sesiones que abordan la investigación del comportamiento del consumidor, y que le serán de gran ayuda para la realización de trabajos de clase y Fin de Grado o Máster en el futuro. El uso y consulta del campus virtual es fundamental para el seguimiento de la asignatura.

IV. COMPETENCIAS

COMPETENCIAS GENERALES

CG01. Capacidad de análisis y síntesis: analizar, sintetizar, valorar y tomar decisiones a partir de los registros relevantes de información sobre la situación y previsible evolución de una empresa

CG03. Comunicación oral y escrita en lenguaje nativo: comprender y ser capaz de comunicarse, con corrección y en diferentes escenarios, en español

CG06. Habilidad para analizar, buscar y discriminar información proveniente de fuentes diversas

CG09. Capacidad crítica y compromiso ético en el trabajo

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

CE09. Ser capaz de tomar decisiones relativas a las variables comerciales.

CE11. Ser capaz de identificar y analizar correctamente los factores que influyen en el comportamiento de los consumidores desde la perspectiva de marketing

CE19. Ser capaz de aplicar los conocimientos teóricos, metodológicos y de técnicas (de marketing e investigación de mercados) de forma conjunta, adquiridas a lo largo de la formación, trabajando en equipo y desarrollando las habilidades y destrezas de un profesional de marketing e investigación de mercados

V. ACTIVIDADES FORMATIVAS

TIPO	CONTENIDO	HORAS
AF1. Preparación de contenidos teóricos	Búsqueda, selección, análisis y comentario de doctrina, jurisprudencia y legislación. Lecturas recomendadas y otros	12
AF2. Trabajos individuales	Esta actividad consiste en la elaboración de un informe acerca de un tema propuesto por el profesor, cubriendo aspectos relacionados con conocimientos abordados por la asignatura tratada. Esta actividad puede complementarse mediante la exposición oral por parte de los alumnos del trabajo desarrollado	20
AF3.Trabajos colectivos	Esta metodología docente consiste en la elaboración de pequeños trabajos de investigación. Se valorará la búsqueda de bibliografía, la selección y material y la capacidad de estructuración del mismo. Además, los alumnos deben realizar un análisis y una discusión común de cada situación. Esta actividad puede complementarse con la exposición oral por parte de los alumnos del trabajo desarrollado	13
AF4. Debate y Crítica constructiva	El debate y la crítica constructiva se realizarán acerca de aspectos de actualidad relacionados con la temática de la asignatura en la que se enclava esta actividad. El tema será propuesto por el profesor que actuará como moderador del debate fomentando la participación de los alumnos e incentivará la aparición de diferentes perspectivas y puntos de vista orientando al conjunto de los alumnos hacia la participación y la crítica de las diferentes opiniones fundamentando los hechos en los conocimientos adquiridos con las clases.	10
AF5.Tutorías académicas	Los alumnos se reunirán periódicamente con el profesor para que éste pueda orientarles y guiarles en el proceso de adquisición de las competencias.	11
AF6. Asistencia a seminarios	Asistencia a seminarios, jornadas o conferencias sobre temas relacionados con las materias del área de conocimiento.	10
		76

VI. METODOLOGÍAS DOCENTES

MD1. CLASES TEÓRICAS: Mediante clases magistrales se expondrán y explicarán los conocimientos básicos que deben adquirirse en las asignaturas, suscitando el debate y guiando el estudio de los mismos.

MD2. CLASES PRÁCTICAS: Desarrollo de habilidades y destrezas relacionadas con los contenidos teóricos de cada materia.

MD3. TUTORÍAS: Intercambio de ideas y resolución de dudas con el profesor correspondiente sobre los contenidos de cada asignatura y la realización de los trabajos prácticos. Pueden realizarse también a través de los recursos online (p. ej. correo electrónico o chat).

VII. SISTEMA DE EVALUACIÓN

NOTA IMPORTANTE: No se podrá superar la asignatura en el caso de que la parte correspondiente a los trabajos académicos (Prueba 1) o la parte correspondiente a la realización de la prueba teórico-práctica (Prueba 2) no estén aprobadas con una calificación final igual o superior a 5 en una escala de 0 a 10.

Para poder acogerse a las condiciones de la evaluación ordinaria que figuran al final del apartado, el alumno debe haber superado la asistencia en la materia, igual o superior a 80%. En el caso de que la asistencia sea inferior al 80%, el alumno no podrá presentarse a la prueba teórico-práctica (prueba 2) en convocatoria ordinaria, perdiendo dicha convocatoria. Si el alumno no supera ese porcentaje, deberá presentarse directamente a la convocatoria extraordinaria de la prueba teórico-práctica (prueba 2).

El alumno que no apruebe los trabajos académicos (prueba 1) no podrá superar la asignatura en la evaluación ordinaria, obteniendo una calificación máxima de 4,0, independientemente de la nota obtenida en la prueba teórico-práctica (prueba 2). Para poder aprobar la asignatura el alumno debe superar obligatoriamente, con una calificación igual o superior a 5, los trabajos académicos (prueba 1).

EVALUACIÓN ORDINARIA

La distribución y características de las pruebas de evaluación son las que se describen en el apartado V. Los criterios aplicables a la evaluación ordinaria son los que se encuentran a continuación.

Para poder superar la evaluación ordinaria, los alumnos deben tener una asistencia igual o superior al 80%. Si esto no sucede, el alumno no podrá presentarse a la prueba teórico-práctica (prueba 2) en convocatoria ordinaria. En caso de tener un porcentaje de asistencia igual o superior al 80%, el alumno podrá presentarse aun no habiendo superado los trabajos académicos (prueba 1), aunque, en caso de superar la prueba teórico-práctica (prueba 2) en convocatoria ordinaria, la media seguirá suspensa hasta que el alumno supere los trabajos académicos (prueba 1) en convocatoria extraordinaria. Para poder aprobar la asignatura, el alumno debe superar obligatoriamente, con una calificación igual o superior a 5, los trabajos académicos (prueba 1) y la prueba teórico-práctica (prueba 2) por separado.

Todos los alumnos que no superen la convocatoria ordinaria deberán realizar y superar las pruebas correspondientes en la convocatoria extraordinaria para verificar la adquisición de las competencias establecidas en caso de:

A) No haberse presentado a la prueba teórico-práctica (prueba 2) de la convocatoria ordinaria por no igualar o superar el 80% en el porcentaje de asistencia o por decisión propia.

- B) No haber superado los trabajos académicos (prueba 1) correspondientes a la convocatoria ordinaria.
- C) No haber superado la prueba teórico-práctica (prueba 2) correspondiente a la convocatoria ordinaria.

Todas los trabajos académicos (prueba 1) de convocatoria ordinaria que se entreguen fuera del plazo establecido en el campus virtual o indicado por el docente en la clase no serán admitidas.

EVALUACIÓN EXTRAORDINARIA

Los alumnos que no consigan superar la convocatoria ordinaria o no se hayan presentado a esta serán objeto de la realización de una evaluación extraordinaria para verificar la adquisición de las competencias establecidas en esta Guía Docente. Los criterios aplicables se encuentran al final de este apartado.

El alumno que no supere los trabajos académicos (prueba 1) de la convocatoria ordinaria deberá realizar una nueva evaluación en la convocatoria extraordinaria. En el caso de la prueba teórico-práctica (prueba 2), tampoco será necesario repetirla si se ha superado en la convocatoria ordinaria con una calificación igual o superior a 5. Para poder aprobar la asignatura el alumno debe superar obligatoriamente, con una calificación igual o superior a 5, los trabajos académicos (prueba 1) y la prueba teórico-práctica (prueba 2) por separado.

Todas los trabajos académicos (prueba 1) de convocatoria ordinaria que se entreguen fuera del plazo establecido en el campus virtual o indicado por el docente en la clase no serán admitidas.

IMPORTANTE: En el caso de que el alumno no supere la asignatura, la calificación obtenida en los trabajos académicos (prueba 1) y en la prueba teórico-práctica (prueba 2) en cualquier convocatoria no se reservará para el curso siguiente.

EJEMPLO DE POSIBLES CASOS

1. **CASO 1:** En el caso de no igualar o superar el 80% de asistencia, el alumno deberá realizar la prueba teórico-práctica (prueba 2) de la convocatoria extraordinaria, en la que tendrán que obtener una calificación igual o superior a 5 para que ponderen con los trabajos académicos (prueba 1).
2. **CASO 2:** En el caso de haber superado los trabajos académicos (prueba 1), pero no haber presentado y/o superado la prueba teórico-práctica (prueba 2) en la convocatoria ordinaria, el alumno deberá realizar la prueba teórico-práctica (prueba 2) de la convocatoria extraordinaria, en la que tendrán que obtener una calificación igual o superior a 5 para que ponderen con la calificación de las pruebas acumulativas ya realizadas. En cualquier caso, para superar el total de la asignatura será necesario aprobar los trabajos académicos (prueba 1) y la prueba teórico-práctica (prueba 2) por separado con una calificación igual o superior a 5.
3. **CASO 3:** En el caso de haber superado la prueba teórico-práctica (prueba 2), pero no haber presentado y/o superado los trabajos académicos (prueba 1) en la convocatoria ordinaria, el alumno deberá realizar los trabajos académicos (prueba 1) de la convocatoria extraordinaria, en la que tendrán que obtener una calificación igual o superior a 5 para que ponderen con la calificación de las pruebas acumulativas ya realizadas. En cualquier caso, para superar el total de la asignatura será necesario aprobar los trabajos académicos (prueba 1) y la prueba teórico-práctica (prueba 2) por separado con una calificación igual o superior a 5.
4. **CASO 4:** En el caso de no haber entregado y/o superado los trabajos académicos (prueba 1) y no haber presentado y/o superado la prueba teórico-práctica (prueba 2) en la convocatoria ordinaria, el alumno deberá realizar los trabajos académicos (prueba 1) y la prueba teórico-práctica (prueba 2) de la

convocatoria extraordinaria, en la que tendrán que obtener una calificación igual o superior a 5. En cualquier caso, para superar el total de la asignatura será necesario aprobar los trabajos académicos (prueba 1) y la prueba teórico-práctica (prueba 2) por separado con una calificación igual o superior a 5.

CRITERIOS APLICABLES A LA EVALUACIÓN ORDINARIA

SISTEMA DE EVALUACIÓN	CRITERIOS APLICABLES A LA EVALUACIÓN CONTINUA		PON.	PERIODO
PRUEBA 1		ACUMULATIVA		
Presentación de los trabajos académicos	Liberatoria: puntuación mínima 5 puntos (de 1 a 10)	Reevaluable (podrá evaluarse en la convocatoria extraordinaria).	30%	Durante el curso o semestre
PRUEBA 2		ACUMULATIVA		
Prueba teórico-práctica presencial	Liberatoria: puntuación mínima 5 puntos (de 1 a 10)	Reevaluable (podrá evaluarse en la convocatoria extraordinaria).	70%	Durante el curso o semestre
TOTAL			100%	

CRITERIOS APLICABLES A LA EVALUACIÓN EXTRAORDINARIA

SISTEMA DE EVALUACIÓN	CRITERIOS APLICABLES A LA EVALUACIÓN CONTINUA		PON.	PERIODO
PRUEBA 1		ACUMULATIVA		
Presentación de los trabajos académicos	Liberatoria: puntuación mínima 5 puntos (de 1 a 10)	No Reevaluable	30%	Durante el curso o semestre
PRUEBA 2		ACUMULATIVA		
Prueba teórico-práctica presencial	Liberatoria: puntuación mínima 5 puntos (de 1 a 10)	No Reevaluable	70%	Durante el curso o semestre
TOTAL			100%	

VIII. TEMARIO

BLOQUE I. INTRODUCCIÓN: AL ESTUDIO DEL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

1. Marketing y Comportamiento del Consumidor
2. Integración interdisciplinar y en el estudio de las motivaciones
3. Modelos de Comportamiento del Consumidor
4. Segmentación y Posicionamiento

BLOQUE II. FACTORES PSICOLÓGICOS DEL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

5. Necesidades, Motivaciones y el Análisis de la Percepción
6. Personalidad
7. Aprendizaje y Actitudes

BLOQUE III. LOS CONSUMIDORES EN SUS ENTORNOS SOCIALES Y CULTURALES

8. Cultura y Clase Social Tema
9. Grupos de Pertenencia y Referencia

BLOQUE IV. EL PROCESO DE DECISIÓN DE COMPRA

- Tema 10. Procesos de Compra y actuaciones post-compra
Tema 11. Estrategias de Fidelización

V. COMPORTAMINETO DE LOS CONSUMIDORES: NUEVAS TENDENCIAS

12. Comportamiento del Consumidor online
13. Nueva Investigación del Consumidor. Big Data
14. Consumerismo, Sociedad, Nuevo Marketing y Ética Corporativa.

IX. BIBLIOGRAFÍA

Comportamiento del Consumidor Autor L.G. Schiffman y L.L. Kanuk, Editorial Prentice Hall 10ª Edición

Por qué compramos. La ciencia del shopping, Autor: P. Underhill. Editorial Gestión 2000.

El encanto de un mundo desencantado. La Revolución de los Medios de Consumo. Autor: George Ritzer. Editorial: Ariel.

Comportamiento del Consumidor Autor: Javier Alonso Rivas e Ildefonso Grande Editorial: ESIC; 8ª Edición

Comportamiento del consumidor. Autor: M.R. Solomón. Editorial Prentice-Hall Hispanoamericana.

Experiencias y Casos de Comportamiento del Consumidor Autor: Salvador Ruiz y Javier Alonso Editorial: ESIC

Customer Experience Management (CEM): Cómo optimizar la gestión de la experiencia del cliente. Autor Bernd Schmitt: McGraw-Hill