GUÍA DE APRENDIZAJE: 260101001- 01-03 – G

1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE: Comportamiento de compra del consumidor.

Programa de Formación:	Código: 621218 Versión: 1	Especialización Tecnológica Estructuración del plan Comercial		
Nombre del Proyecto:	Código:	Estructuración del Plan Comercial		
Fase del proyecto:		Análisis		
Actividad (es) del Proyecto: Identificar el comportamiento de compra del consumidor.	Actividad (es) de Aprendizaje: • Analizar los materiales de formación y construir un mapa mental con el fin de profundizar los conocimientos sobre el comportamiento de compra de los consumidores. • Identificar, el proceso de decisión de compra de los consumidores a partir de un caso práctico de la cafetería Vallecitos. • Participar en foro temático donde debe debatir con sus compañeros su punto de vista acerca de la importancia de realizar un análisis situacional. • Presentar la prueba de conocimiento en línea, la cual busca establecer el nivel de profundización que obtuvo frente a los saberes que le aportó la actividad de aprendizaje 3	**Ambiente de formación** Ambiente virtual de aprendizaje AVA	**MATERIALES DE FORMACIÓN** **DEVOLUTIVO** No Aplica	**CONSUMIBLE** No Aplica

	• Aplicar prueba interactiva 3: rejilla de clientes, para determinar la relación entre el interés del consumidor por comprar y la información que le da el vendedor. • Realizar análisis del proceso de decisión de compra de los consumidores de la empresa objeto de estudio.			
Resultados de Aprendizaje: 26010101001 Analizar el comportamiento de compra de clientes, consumidores y usuarios de acuerdo con las tendencias del mercado.	Competencia: 260101001 Proyectar el mercado de acuerdo con categoría de producto, necesidades y expectativas de consumidores y/o usuarios	Utilizar: Plataforma Blackboard. Sistema de Información Sena Sofía Plus Entornos personales de aprendizaje Ple (Skype), email, redes sociales, blog) Empresa objeto del p f Bibliotecas virtuales y presenciales		
Duración de la guía (en horas):		70 Horas		

2. INTRODUCCIÓN

Bienvenido a la actividad de aprendizaje 3: **Comportamiento de compra del consumidor** del programa de formación especialización tecnológica: Estructuración del Plan Comercial, donde alcanzarán conocimientos sobre el comportamiento de compra de clientes, consumidores y usuarios de acuerdo con las tendencias del mercado.

El estudio del comportamiento de compra del consumidor se debe tener en cuenta cuando se hace la investigación de mercados para establecer el plan comercial en una empresa nueva; por lo tanto, se ubica como uno de los elementos del estado situacional de la organización que se obtiene en dicho estudio y le permite al mercadólogo establecer en qué invierten el tiempo, o el dinero las personas dando respuesta a las siguientes preguntas: ¿quién compra? ¿qué compra?, ¿cuándo compra?, ¿dónde compra?, ¿por qué compra?, ¿cuánto compra?, ¿cómo compra?

El estudio del comportamiento de compra del consumidor trasciende al mundo globalizado, donde los mercados son altamente competitivos y se desarrollan en función de las tendencias, las cuales son investigadas por los mercadólogos, para identificar cómo las demás empresas satisfacen los deseos y la demanda de los consumidores con el fin de definir las estrategias del marketing que le aporten una ventaja competitiva a la organización y así elevar la cuota de participación en el mercado permitiéndole ser más competitiva.

En este punto, se entiende que al finalizar esta guía, el aprendiz estará en capacidad de analizar el comportamiento de compra de clientes, consumidores y usuarios de acuerdo con las tendencias del mercado.

3. ESTRUCTURACION DIDACTICA DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

3.1 Actividades de Reflexión inicial.

La toma de decisión de compra implica un proceso que dará como resultado una elección de un producto o servicio.

¿Es imperativo el estudio del comportamiento de compra del consumidor para el establecimiento del plan comercial de la organización?

Para resolver el interrogante planteado debe:

- Analizar el material de formación de la actividad de aprendizaje 3 **Identificar el comportamiento de compra del consumidor**, que se encuentra ubicado en el botón **Material del programa**.

- Consultar el material de apoyo para desarrollar la actividad de aprendizaje 3 **Comportamiento de compra del consumidor,**

- Socializar con sus compañeros de grupo de formación las reflexiones que le generó la pregunta.

3.2. Actividades de contextualización e identificación de conocimientos necesarios para el aprendizaje.

Consulte el cronograma de actividades que se encuentra ubicado en el botón **Información del programa**, para conocer las acciones a realizar.

Participe en la sesión de **Blackboard Collaborate** programada para socializar el contenido de la guía aprendizaje 3: **Comportamiento de compra del consumidor.** En este espacio podrá manifestar todas sus inquietudes con respecto al contenido de la guía, recibir orientación por parte del instructor y socializar con compañeros del grupo, respecto a las temáticas a desarrollar. En el botón **Materiales del programa,** en la carpeta **Instructivos generales**.

Para continuar ejecutando su proyecto formativo, seguirá desarrollando las actividades propuestas por el tutor con el equipo colaborativo conformado inicialmente, en la misma empresa elegida por los tres integrantes, la cual puede ser del sector primario, secundario o terciario.

OBSERVACIÓN:

Las evidencias de las actividades de aprendizaje se deben enviar utilizando la siguiente ruta:

1. Botón Actividades de aprendizaje.
2. Carpeta Proyecto Estructuración del plan comercial según las necesidades del entorno empresarial.
3. Carpeta Fase de Análisis del proyecto.
4. Carpeta Actividades de aprendizaje 3: Comportamiento de compra del consumidor.
5. Ubicar en la carpeta el respectivo enlace de envío de la actividad.
6. Enviar.

3.3: Actividad de apropiación del conocimiento (Conceptualización y Teorización).

3.3.1. Esta actividad es individual, donde profundizará sobre los contenidos de la actividad de aprendizaje 3 **Comportamiento de compra del consumidor** que se encuentra ubicada en el botón **Materiales del programa**.

Para realizar esta actividad debe:

- Analizar el material de formación de la actividad de aprendizaje 3: **Comportamiento de compra del consumidor** que se encuentra ubicado en el botón **Materiales del programa.**
- Consultar el **Material complementario** de la actividad de aprendizaje 3.

Una vez termine de documentarse, debe entregar como evidencia lo siguiente:

- Basándose en el material de formación de la actividad de aprendizaje 3, construya un mapa mental donde desarrolle **radialmente** un concepto, palabra clave o idea principal.

Una vez resuelta la actividad de aprendizaje, la evidencia se debe enviar utilizando la siguiente ruta:

1. Botón Actividades de aprendizaje.
2. Carpeta Proyecto Estructuración del plan comercial según las necesidades del entorno empresarial.
3. Carpeta Fase de Análisis del proyecto.
4. Carpeta Actividades de aprendizaje 3: Comportamiento de compra del consumidor.
5. Ubicar en la carpeta el **enlace mapa mental.**
6. Enviar.

Nota: si al momento de enviar el archivo (Actividad), el sistema genera el error: Archivo inválido, es porque al adjuntar el archivo, este se encuentra abierto. Por lo tanto, debe cerrarlo y probar de nuevo: Adjuntar archivo en el botón Examinar mi equipo.

3.3.2 Esta actividad de aprendizaje es individual donde debe realizar, a nombre de Milena, un análisis del proceso de decisión de compra de los consumidores, cuyos resultados aportan a la definición de estrategias comerciales orientadas al establecimiento de su plan comercial de la cafetería Vallecitos.

Para realizar el análisis del proceso de decisión de compra de los consumidores, debe:

- Analizar el **Material de formación** de la actividad de aprendizaje 3: **Comportamiento de**

compra de los consumidores que se encuentra en el botón **Materiales del programa**.

- En la carpeta **Materiales complementarios** encontrará documentos de diversos autores, que le permitirán profundizar acerca del tema.
- Una vez documentados diríjanse al botón **Actividades de aprendizaje**, y busque la guía de orientación para el desarrollo del caso práctico para la cafetería Vallecitos.

La información anterior debe ser organizada y entregada, teniendo en cuenta las normas APA 6. El archivo se enviara siguiendo la ruta:

1. Botón Actividades de aprendizaje.
2. Carpeta Proyecto Estructuración del plan comercial según las necesidades del entorno empresarial.
3. Carpeta Fase de Análisis del proyecto.
4. Carpeta Actividades de aprendizaje 3: Comportamiento de compra del consumidor.
5. Ubicar en la carpeta el respectivo enlace de envío **decisión de compra de los consumidores**.
6. Enviar.

Nota: Solo un integrante del equipo colaborativo de trabajo enviará los archivos requeridos, los cuales deben estar ajustados a los parámetros de las normas APA 6 ubicadas en la carpeta **Instructivos generales** del botón **Materiales de formación**.

3.3.3 La siguiente prueba interactiva es individual y se realiza con el fin de afianzar los conocimientos adquiridos en el desarrollo de la actividad de aprendizaje 3.

Para realizar la prueba interactiva, estos son los pasos:

1. Botón Actividades de aprendizaje.
2. Carpeta Proyecto Estructuración del plan comercial según las necesidades del entorno empresarial.
3. Carpeta Fase de Análisis del proyecto.
4. Carpeta Actividades de aprendizaje 3: Comportamiento de compra del consumidor.
5. Ubicar prueba interactiva 3.

3.3.4 La siguiente prueba de conocimiento es individual y se realiza con el fin de identificar lo aprendido, en el desarrollo de la actividad de aprendizaje 3.

Para realizar la prueba, estos son los pasos:

1. Botón Actividades de aprendizaje, luego
2. Carpeta Proyecto Estructuración del plan comercial según las necesidades del entorno

empresarial.
3. Carpeta Fase de Análisis del proyecto.
4. Carpeta Actividades de aprendizaje 3: Comportamiento de compra del consumidor.
5. Ubicar prueba de conocimiento 3.

3.4 **Actividades de transferencia del conocimiento**.

3.4.1. Los mercados crecen cada vez con mayor rapidez, generado que los consumidores sean más exigentes, y pidan mayor calidad en los productos y servicios que se ofrecen, cumplir con las expectativas del consumidor se ha vuelto una de las tareas más difíciles a realizar por las empresas, es por ello que las organizaciones gastan gran parte de su tiempo e ingresos en conocer los gustos y preferencias de sus clientes.

En esta actividad debe entregar un documento con análisis sobre el comportamiento de compra del consumidor de la empresa objeto de estudio; para tal fin tenga en cuenta la guía de orientación: **Comportamiento de compra de consumidor de empresa objeto de estudio**.

Ingrese al blog, ya creado y asigne un espacio que llamará **Comportamiento de compra del consumidor de la empresa objeto de estudio** e ingrese la información recolectada.

Para enviar la actividad debe:

- Botón Actividades de aprendizaje.
- Carpeta Proyecto Estructuración del plan comercial según las necesidades del entorno empresarial.
- Carpeta Fase de Análisis del proyecto.
- Carpeta Actividades de aprendizaje 3: Comportamiento de compra del consumidor.
- Ubicar el enlace **wiki: empresa objeto de estudio**. Por ese espacio entregar la dirección URL del blog.
- Enviar.

Visitar blogs de compañeros y realizar comentarios con el propósito de enriquecer el proceso de formación.

Solo un integrante del equipo colaborativo de trabajo enviará el archivo requerido, el cual debe estar ajustado a los parámetros de las normas APA 6 ubicadas en la carpeta **Instructivos generales** del botón **Materiales complementarios**.

3.4.2 El foro temático 3: Hábitos de compra, se plantea con el fin que el aprendiz comprenda cómo las empresas exitosas aprovechan los distintos factores que influyen en el comportamiento de compra del consumidor para comercializar sus productos de forma efectiva y maximizar las ventas. Es así que se comprende que la cultura, los aspectos sociales, personales y psicológicos son importantes de considerar por las organizaciones y por lo tanto, desde el punto de vista de los psicológicos, la motivación, la percepción, el aprendizaje, las creencias y las actitudes son base que para que debata sobre el siguiente cuestionamiento:

¿Cómo influyen los hábitos de compra en la toma de decisiones del cliente?

Participe de manera individual en el **Foro temático 3: Hábitos de compra**. Reflexione sobre las respuestas de sus compañeros y comparta sus comentarios en el espacio dispuesto en el botón Foros.

Tenga en cuenta que para dar los aportes pertinentes, es necesario revisar lo que han comentado sus compañeros con el fin de que su aporte sea significativo. Además debe leer la guía del buen uso de los foros que se encuentra en el botón**: Información del programa**.

3.5 Actividades de evaluación.

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
Evidencias de Conocimiento : **Prueba de conocimiento**: ▪ Prueba de conocimiento ▪ Prueba interactiva Rejilla de clientes. **Evidencias de Desempeño:** ▪ Foro temático, por medio de una pregunta problematiza dora ▪ Realizar análisis del proceso de decisión de compra de los consumidores de la empresa objeto de estudio.	✓ Identifica comportamientos de compra del cliente de acuerdo con las tendencias del mercado y del entorno. ✓ Relaciona los motivos y hábitos de compra en la toma de decisiones del cliente, comprador o usuario, de acuerdo con los resultados de ventas y las tendencias del mercado.	Cuestionario en línea a través de la plataforma para valorar conocimientos. Herramienta interactiva Rúbrica TIGRE para la valoración de evidencias Rúbrica para la valoración de la evidencia

Evidencias de Producto: ▪ Mapa mental: profundización de conocimientos. ▪ Caso práctico cafetería Vallecitos: análisis del proceso de decisión de compra de los consumidores.	✓ Describe el segmento de mercado de acuerdo con el producto, servicio, clientes, usuarios y consumidores.	Rúbrica para la valoración de la evidencia.

4. RECURSOS PARA EL APRENDIZAJE

ACTIVIDADES DEL PROYECTO	DURACIÓN (Horas)	Materiales de formación devolutivos: (Equipos/Herramientas)		Materiales de formación (consumibles)		Talento Humano (Instructores)		AMBIENTES DE APRENDIZAJE TIPIFICADOS
		Descripción	Cantidad	Descripción	Cantidad	Especialidad	Cantidad	**ESCENARIO (Aula, Laboratorio, taller, unidad productiva)** y elementos y condiciones de seguridad industrial, salud ocupacional y medio ambiente
Identificar el comportamiento de compra del consumidor.	70 horas.	No aplica.	No aplica	No aplica.		Administrador de Empresas. .	1	Ambiente virtual de aprendizaje

5. GLOSARIO DE TERMINOS

Para consultar el glosario del programa diríjase al botón **Glosario**, ubicado en el menú principal del programa.

6. REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS Y WEBGRAFICOS

Bussines & Marketing School ESIC. (2006). *Comportamiento de compra del consumidor: 29 casos reales*. Madrid, España. Recuperado de: http://psicologiaconsumidor02.wikispaces.com/file/view/casos+consumidor.pdf

Casado, A.B. y Sellers, R. (2006). *Dirección de marketing: Teoría y práctica.* (pp. 119 – 152). San Vicente (Alicante), España: Club Universitario. Recuperado de: http://books.google.com.co/

Kotler, P. y Armstrong, G. (2003). *Fundamentos de marketing.* (pp. 191 - 207) México: Pearson Education. Recuperado de: http://books.google.com.co/books?id=sLJXV_z8XC4C&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false

Rodríguez S. (2012). *Antología: Comportamiento del consumidor.* McGrawHill. Recuperado de: http://www.mcgraw-hill.es/bcv/guide/capitulo/8448176081.pdf

Schiffman, L.G. y Kanuk, L. L. (2005). *Comportamiento del consumidor*. Pearson Prentice Hall Recuperado de: http://books.google.com.co/

Universidad Anahúac. (s.f.). *Mercadotecnia fundamental.* Recuperado de: http://educommons.anahuac.mx:8080/eduCommons/mercadotecnia/mercadotecnia-fundamental/tema%204/tema-1.-marketing-en-un-mundo-cambiante

7. CONTROL DEL DOCUMENTO (ELABORADA POR)

Autores	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
	Gloria Stella Rúa Zapata	Expertos Temáticos	Centro de Comercio –Regional Antioquia	Marzo 04 de 2014
	Nelson Vargas Romana			
	Martha Lucía Pérez Carvajal			
	Santiago Castaño Vera			
Revisión	Edward Abilio Luna Díaz	Asesor Pedagógico	Centro de Diseño e Innovación Tecnológica Industrial–Regional Risaralda.	Marzo 10 de 2014
	Luz Elena Montoya	Líder Línea de Producción		