

Llicenciatura de Publicitat i Relacions Públiques

Curs: 1995/96

Assignatura: Teoria del Consumidor

Codi: 20670

3r curs, 2n semestre

Professor: Agustí Perdiguer

Objectius

L'objectiu de l'assignatura consisteix a familiaritzar l'estudiant de la llicenciatura de Publicitat i Relacions Públiques amb les estructures i els models de consum. Es tracta d'analitzar els diferents factors que intervenen en les decisions de consum i entendre'n el mecanisme de funcionament per a poder influir així en els consumidors i les seves conductes, objectiu bàsic de les persones que treballen en la publicitat.

Programa

Unitat didàctica núm. 1

1. Introducció al comportament del consumidor
2. El comportament del consumidor. Evolució històrica (I)
3. El comportament del consumidor. Evolució històrica (II)
4. El comportament del consumidor. Evolució històrica (III)
5. El comportament del consumidor. Situació actual

Unitat didàctica núm. 2

6. L'entorn del consumidor
7. La cultura
8. La classe social
9. La família
10. Els grups de referència
11. La influència personal. El lideratge

Unitat didàctica núm. 3

12. La percepció
13. L'atenció
14. La memòria
15. L'aprenentatge
16. La personalitat
17. Les actituds
18. La motivació

Unitat didàctica núm. 4

19. Decisions de baixa implicació
20. Decisions compostes: el reconeixement del problema
21. Decisions complexes: la recerca d'informació
22. Decisions complexes: la compra

Avaluació

Es farà segons el grup i per mitjà de diversos exercicis fets a classe, de la participació i l'assistència, i es completarà, si cal, amb una prova objectiva final de comentari.

Bibliografia

PINILLOS, J.L. *Principios de psicología*. Alianza Editorial.

DURÁN, A. *Psicología de la publicidad y de la venta*.

RIVAS, J.A. *El comportamiento del consumidor*.