

Guía de aprendizaje

COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

Curso: 2019/2020

Código: 9823001104

Profesor coordinador: QUEIRO AMEJEIRAS

Titulación: Grado en ADMINISTRACIÓN DE EMPRESA.

Escuela/ Facultad: CIENCIAS SOCIALES

Idiomas: CASTELLANO

La misión de la Universidad Europea de Valencia es proporcionar a nuestros estudiantes una educación integral, formando líderes y profesionales preparados para dar respuesta a las necesidades de un mundo global, para aportar valor en sus profesiones y contribuir al progreso social desde un espíritu emprendedor y de compromiso ético. Generar y transferir conocimiento a través de la investigación aplicada, contribuyendo igualmente al progreso y situándonos en la vanguardia del desarrollo intelectual y técnico.

Índice

1. Datos básicos de la asignatura/módulo	4
2. Presentación de la asignatura/módulo	4
3. Competencias y resultados de aprendizaje.....	4
4. Seguimiento y evaluación.....	8
4.1. Convocatoria ordinaria	8
4.2. Convocatoria extraordinaria	9
5. Bibliografía	9
6. Cómo comunicarte con tu profesor	10
7. Recomendaciones de estudio	10
Anexos con información detallada en el Campus Virtual	12

1. Datos básicos de la asignatura/módulo

ECTS	6 ECTS
Carácter	BÁSICA
Idioma/s	CASTELLANO
Modalidad	PRESENCIAL
Trimestre/Semestre	2º SEMESTRE

2. Presentación de la asignatura/modulo

La asignatura de Comportamiento del Consumidor tiene como objetivo proporcionar al alumno criterios para generar la información básica y necesaria que contribuya a comprender y analizar el comportamiento del consumidor. Supone también, introducir al alumno en la reflexión y análisis para evaluar alternativas dentro de la teoría de los mercados, poder emitir juicios y transmitir información e ideas o analizar tendencias en las que se clasifiquen los consumidores en relación con un determinado producto o servicio, tanto geográficamente como culturalmente o en términos de segmentos de población.

3. Competencias y resultados de aprendizaje

Competencias básicas:

- CB2: Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio.
- CB3: Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.
- CB4: Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.

Competencias transversales:

- CT4: Capacidad de análisis y síntesis: ser capaz de descomponer situaciones complejas en sus partes constituyentes; también evaluar otras alternativas y perspectivas para

encontrar soluciones óptimas. La síntesis busca reducir la complejidad con el fin de entenderla mejor y/o resolver problemas.

- CT5: Capacidad para aplicar los conocimientos a la práctica, para utilizar los conocimientos adquiridos en el ámbito académico en situaciones lo más parecidas posibles a la realidad de la profesión para la cual se están formando.
- CT6: Comunicación oral/ comunicación escrita: capacidad para transmitir y recibir datos, ideas, opiniones y actitudes para lograr comprensión y acción, siendo oral la que se realiza mediante palabras y gestos y, escrita, mediante la escritura y/o los apoyos gráficos.
- CT7: Conciencia de los valores éticos: Capacidad para pensar y actuar según principios universales basados en el valor de la persona que se dirigen a su pleno desarrollo y que conlleva el compromiso con determinados valores sociales.
- CT8: Gestión de la información: Capacidad para buscar, seleccionar, analizar e integrar información proveniente de fuentes diversas.
- CT12: Razonamiento crítico: Capacidad para analizar una idea, fenómeno o situación desde diferentes perspectivas y asumir ante él/ella un enfoque propio y personal, construido desde el rigor y la objetividad argumentada, y no desde la intuición.
- CT13: Resolución de problemas: Capacidad de encontrar solución a una cuestión confusa o a una situación complicada sin solución predefinida, que dificulte la consecución de un fin.
- CT16: Toma de decisiones: Capacidad para realizar una elección entre las alternativas o formas existentes para resolver eficazmente diferentes situaciones o problemas.

Competencias específicas:

- CE 1. Capacidad de conocer y comprender el concepto de empresa y empresario y su papel en una economía de mercado.
- CE5. Capacidad para analizar y evaluar el entorno competitivo de la empresa, prestar especial atención al mercado e integrar este análisis al emprender nuevos retos.
- CE16. Capacidad para comprender y analizar el comportamiento del consumidor: capacidad para evaluar y predecir comportamientos y tendencias en las distintas audiencias en las que se clasifiquen los consumidores en relación con un determinado producto o servicio, tanto geográficamente como culturalmente o en términos de segmentos de población.

- CE21. Capacidad para utilizar las herramientas matemáticas necesarias para la resolución de problemas económicos y la utilización de los métodos básicos de cálculo, álgebra y programación.
- Resultados de aprendizaje:
 - R.A. 1: Comprender los conceptos principales de la teoría del consumidor, de qué depende sus decisiones de compra y como a partir de ahí se modeliza la función de demanda.
 - - R.A. 2: Comprender los conceptos principales de la teoría de la empresa, como toma su decisión de producción, demanda de recursos productivos, estructuras de costes y como se modeliza la función de oferta.
 - - R.A. 3: Comprender el funcionamiento de los mercados competitivos y monopolísticos, cómo se determinan los precios en estas estructuras y el impacto que tienen en la sociedad.
 -

Competencias	Resultados de aprendizaje
CE16, CB2 CB3, CT8, CT13, CT16 CT12	RA1
CE1, CE 5CB4, CT4, CT5, CT6, CT7	RA2, RA3

A continuación, se detalla la distribución de tipos de actividades formativas y la dedicación en horas a cada una de ellas:

Tipo de actividad formativa	Número de horas
AF 1 Lecciones magistrales	20
AF2 Estudio autónomo	25

AF 3 Exposiciones orales	15
AF4 Análisis y resolución de supuestos prácticos	40
AF 5. Visitas y observación de desempeño	5
AF6 Actividades grupales	20
AF7 Pruebas de conocimiento	5
AF8. Tutoría	20
TOTAL	150 h

Para desarrollar las competencias y alcanzar los resultados de aprendizaje indicados, deberás realizar las actividades que se indican en la tabla inferior:

Resultados de aprendizaje	Actividad de aprendizaje	Tipo de actividad formativa	Contenidos
RA1, RA3	<i>Act.1. Foro y debate.</i>	AF1, AF3, AF8, AF6, AF5	Taller de metodología de análisis. Contextualización. Factores que inciden en las decisiones de compra
RA1	<i>Act.2 Resolución de problemas: ejercicios y test gamificados con kahhot</i>	AF1, AF4, AF6, AF8	Restricción presupuestaria Preferencia del consumidor y curvas de indiferencia. Maximización de utilidad y elección óptima
RA2	<i>Act.2 Resolución de problemas: ejercicios y test gamificados con kahhot</i>	AF1, AF4, AF8	Producción y curvas de costes Función de costes Maximización de beneficios.
RA3	<i>Act.3 Exposición, debate e informe</i>	AF1, AF4,	Estudio del mercado y equilibrios
RA1, RA2	<i>Act.4 Pruebas presenciales de conocimiento</i>	AF7	Comportamiento del consumidor y de la empresa (unidades 1 a 5)

En el Campus Virtual, cuando accedas a la asignatura, podrás ver en detalle los enunciados de las actividades que tendrás que realizar, así como el procedimiento y la fecha de entrega de cada una de ellas.

4. Seguimiento y evaluación

En la tabla inferior se indican las actividades evaluables, los criterios de evaluación de cada una de ellas, así como su peso sobre la calificación total de la asignatura.

Actividad evaluable	Criterios de evaluación	Peso (%)
<i>Act.1. Foro y debate.</i>	Rúbricas y criterios se exponen en Campus Virtual.	5%
<i>Act.2 Resolución de problemas: ejercicios y test gamificados con kahhot</i>	Rúbricas y criterios se exponen en Campus Virtual.	20%
<i>Act.3 Exposición, debate e informe</i>	Rúbricas y criterios se exponen en Campus Virtual	25%
<i>Act.6 Pruebas presenciales de conocimiento</i>	Rúbricas y criterios se exponen en Campus Virtual	50%

En el Campus Virtual, cuando accedas a la asignatura, podrás consultar en detalle las actividades que debes realizar, así como las fechas de entrega y los procedimientos de evaluación de cada una de ellas.

4.1. Convocatoria ordinaria

En convocatoria ordinaria, la calificación final se realizará sumando las calificaciones de los distintos tipos de evaluación, en la ponderación que corresponda. Para superar la asignatura bastará con alcanzar una nota ponderada global de 5, que supondría superar el 50% de la asignatura. No obstante, para aplicar esta ponderación es **IMPRESINDIBLE que al menos se haya obtenido una media de 5 puntos sobre 10 en la parte correspondiente a las PRUEBAS DE CONOCIMIENTO**. En caso de no llegar a esta calificación, el alumno deberá realizar nueva/s prueba/s de conocimiento en convocatoria extraordinaria, calificándose la asignatura en la convocatoria ordinaria como SUSPENSO.

Aquél alumno que no iguale o supere el 50% de la asignatura, o no alcance una calificación de 5 sobre 10 en las pruebas de conocimiento, se le calificará en la convocatoria ordinaria como “suspense”, dado que la evaluación continua impedirá considerarlo como no presentado. En consecuencia, deberá presentarse a la convocatoria extraordinaria que se fije en su momento.

Si se calificara la asignatura como suspensa en ORDINARIA por falta de cumplimiento de los porcentajes de asistencia, el profesor señalará al alumno qué pruebas, trabajos o actividades deberá realizar el alumno como complemento para poder superar la asignatura.

Asistencia: Para los estudiantes que cursen enseñanzas presenciales, se establece la **obligatoriedad de justificar, al menos, el 50% la asistencia a las clases**, como parte necesaria del proceso de evaluación y para dar cumplimiento al derecho del estudiante a recibir asesoramiento, asistencia y seguimiento académico por parte del profesor. La falta de asistencia al 50% de asistencia, facultará al profesor a calificar la asignatura como suspensa en la convocatoria ordinaria, acorde al sistema de calificación previsto en el presente reglamento.

La ASISTENCIA a la exposición de temas de todos los estudiantes, así como la realización de **charlas o visitas es OBLIGATORIA**. En caso de no presentarse injustificadamente será calificado con un NP.

4.2. Convocatoria extraordinaria

Para superar la asignatura en convocatoria extraordinaria es necesario obtener una calificación mayor o igual a 5.

En caso de tener superados los distintos porcentajes de evaluación en la convocatoria ordinaria excepto la prueba de conocimientos, se limitará a la realización de una PC, que supondrá el 40% de la calificación global, tomándose en consideración las calificaciones obtenidas en los distintos apartados de la convocatoria ordinaria para establecer, finalmente la calificación final de la asignatura.

Si adicionalmente tuviese suspensas o no presentadas las actividades en convocatoria ordinaria, podrá entregarlas en extraordinaria con una antelación de mínima de 3 días antes de la fecha de la prueba de conocimientos.

5. Bibliografía

A continuación, se indica la bibliografía recomendada:

- Malhotra N. (2008): Investigación de Mercados. Editorial Pearson Prentice Hill.
- Miquel S., Bigné E., Lèvy Jean-Pierre, Cuenca A.C. y Miquel M.J.(2000): Investigación de mercados. Editorial Mc Graw-Hill.

- Shiffman, L. G., & Lazar Kanuk, L. (2010). Comportamiento del consumidor. Naucalpán de Juárez, Estado de México: Pearson educación.
- Roberto Hernán González, Emilio Jiménez García, Txema López Pina y José Ramos Rodrigo(2013). Comportamiento del consumidor. Principios de microeconomía.. Delta Publicaciones
- Varian, H. (2015). Microeconomía intermedia (9 ed.). Antoni Bosch.

(OTRAS QUE SE IRÁN PROPONIENDO DURANTE EL DESARROLLO DEL CURSO).

PÁGINAS DE INTERÉS

- http://books.google.es/books?id=ePyr6TLZuKoC&printsec=frontcover&hl=es&source=gb_s_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- http://books.google.es/books?id=F0ZOT4I40_wC&pg=PA19&dq=business+dictionary+english+spanish&hl=es&sa=X&ei=uJ9UT4KWNsOQ0AXj6IDXCw&ved=0CGcQ6AEwCA#v=onepage&q=business%20dictionary%20english%20spanish&f=false

PÁGINAS DE GESTIÓN Y ORGANIZACIÓN DEL TIEMPO

- <http://evernote.com/intl/es/>
- <http://thinkwasabi.com/>
- <http://www.rememberthemilk.com/>
- <http://www.toodledo.com/>

PÁGINAS RELEVANTES DE LA UEM

- <http://busca.uem.es/>
- <http://digitalium.uem.es/>

6. Cómo comunicarte con tu profesor

Si tienes alguna consulta exclusivamente dirigida al profesor puedes enviarle un mensaje privado desde el Campus Virtual. Además, en caso de que necesites profundizar en algún tema, puedes acordar con tu profesor una tutoría.

carmenmaria.queiro@universidadeuropea.es

Es conveniente que leas con regularidad los mensajes enviados por compañeros y profesores, pues constituyen una vía más de aprendizaje.

La PLATAFORMA VIRTUAL será el medio utilizado para la presentación de trabajos, la realización de cuestionarios, subida de unidades docentes, lecturas, artículos, calificaciones o cualquier otra utilidad que ofrezca la misma, salvo indicaciones del profesor sobre la presentación de los ejercicios, actividades, cuestionarios y trabajos mediante soporte escrito. Se recomienda leer el espacio dedicado a anuncios en la plataforma pro si hubiera algún comunicado de carácter general

7. Recomendaciones de estudio

La formación universitaria exige planificación y regularidad desde la primera semana. Es muy positivo el intercambio de experiencias y opiniones con profesores y demás estudiantes, ya que permiten el desarrollo de competencias básicas como la flexibilidad, la negociación, el trabajo en equipo, y, por supuesto, el pensamiento crítico.

Por ello te proponemos una metodología general de estudio basada en los siguientes puntos:

- Seguir un ritmo de estudio constante y sistemático.
- Asistir a clase y acceder a la asignatura en el Campus Virtual de manera continuada para mantenerte actualizado sobre el desarrollo de la misma.
- Participar activamente en ella enviando opiniones, dudas y experiencias sobre los temas tratados y/o planteando nuevos aspectos de interés para su debate.
- Leer los mensajes enviados por los compañeros y/o los profesores.

Se considera de especial interés y valor académico la participación activa en las actividades del aula física y virtual. La forma en que puedes participar es muy variada: preguntando, opinando, realizando las actividades que el profesor proponga, participando en las actividades colaborativas, ayudando a otros compañeros, etc. Esta forma de trabajar supone esfuerzo, pero permite obtener mejores resultados en tu desarrollo competencial.

Anexos con información detallada en el Campus Virtual

Anexo 1. Normativa específica de la asignatura

Toda la normativa correspondiente a la Universidad Europea de Madrid el estudiante puede consultarla en el siguiente enlace: <https://madrid.universidadeuropea.es/alumno-uem/informacion-academica/normativa>

El plagio total o parcial en las actividades se considera una falta grave. Como tal, aparece tipificado en el reglamento interno de la Universidad Europea, estipulándose que las sanciones aplicables oscilan desde el suspenso inmediato de la asignatura sin posibilidad de reelaboración hasta la convocatoria extraordinaria, hasta la apertura de expediente.

Anexo 2. Calendario de actividad

Se detalla en el campus virtual

Anexo 3. Calendario de entregas.

Se detalla en el campus virtual

Anexo 4. Rúbricas de evaluación

Se detalla en el campus virtual

PLAN INSTITUCIONAL DE EVALUACIÓN DE APRENDIZAJES POR COVID-19

FICHA DE ADAPTACIÓN DE LAS ACTIVIDADES FORMATIVAS Y DE EVALUACIÓN

Asignatura/Módulo Comportamiento del consumidor y de la empresa
Titulación/Programa Grado en Administración y Dirección de Empresa
Curso (1º-6º) primero
Grupo (s)M12-9823001104
Profesor/a Carmen M. Queiro Ameijeiras
Docente coordinador Carmen M. Queiro Ameijeiras

Actividad formativa descrita en la Guía de aprendizaje	Actividad formativa adaptada a formato a distancia
AF 1 Lecciones magistrales	AF 1 Lecciones magistrales a distancia
AF2 Estudio autónomo	AF2 Estudio autónomo
AF 3 Exposiciones orales	AF 3 Exposiciones orales a distancia
AF4 Análisis y resolución de supuestos prácticos	AF4 Análisis y resolución de supuestos prácticos a distancia
AF 5. Visitas y observación de desempeño	AF 5. Visitas y observación de desempeño a distancia
AF6 Actividades grupales	AF6 Actividades grupales a distancia
AF7 Pruebas de conocimiento	AF7 Pruebas de conocimiento a distancia
AF8. Tutoría	AF8. Tutoría a distancia.

Actividad de evaluación presencial planificada según Guía		NUEVA actividad de evaluación que se propone (a distancia)	
Descripción de la actividad de evaluación presencial original	. Foro y debate. Se realiza a través de la participación en el foro de grupo	Descripción de la nueva actividad de evaluación	. Foro y debate. Se realiza a través de la participación en el foro de grupo
Contenido desarrollado (temas)	Taller de metodología de análisis. Contextualización. Factores que inciden en las decisiones de compra y en el mercado		
Resultados de aprendizaje desarrollados (consultar Guía de aprendizaje de la asignatura/módulo)	R.A. 1: Comprender los conceptos principales de la teoría del consumidor, de qué depende sus decisiones de compra y como a partir de ahí se modeliza la función de demanda R.A. 3: Comprender el funcionamiento de los mercados competitivos y monopolísticos, cómo se determinan los precios en estas estructuras y el impacto que tienen en la sociedad		
Duración aproximada	A lo largo del semestre 20	Duración aproximada	A lo largo del semestre 20
Peso en la evaluación	5	Peso en la evaluación	5
Observaciones			

Actividad de evaluación presencial planificada según Guía		NUEVA actividad de evaluación que se propone (a distancia)	
Descripción de la actividad de evaluación presencial original	<i>Resolución de problemas: ejercicios y test gamificados con kahhot</i>	Descripción de la nueva actividad de evaluación	<i>Resolución de problemas: ejercicios y test gamificados con kahot a distancia</i>
Contenido desarrollado (temas)	-Restricción presupuestaria -Preferencia del consumidor y curvas de indiferencia. Maximización de utilidad y elección óptima. -Producción y curvas de costes -Función de costes -Maximización de beneficios.		
Resultados de aprendizaje desarrollados (consultar Guía de aprendizaje de la asignatura/módulo)	R.A. 1: Comprender los conceptos principales de la teoría del consumidor, de qué depende sus decisiones de compra y como a partir de ahí se modeliza la función de demanda R.A. 2: Comprender los conceptos principales de la teoría de la empresa, como toma su decisión de producción, demanda de recursos productivos, estructuras de costes y como se modeliza la función de oferta		
Duración aproximada	A lo largo del semestre 40	Duración aproximada	A lo largo del semestre 40
Peso en la evaluación	20%	Peso en la evaluación	20%
Observaciones			

Actividad de evaluación presencial planificada según Guía		NUEVA actividad de evaluación que se propone (a distancia)	
Descripción de la actividad de evaluación presencial original	<i>Exposición, debate e informe</i> La rúbrica incluye valoración de aspectos físicos	Descripción de la nueva actividad de evaluación	<i>Exposición, debate e informe a distancia.</i> La exposición y debate se realiza a distancia. La rúbrica no tendrá en cuenta la valoración de aspectos físicos.
Contenido desarrollado (temas)	- Estudio del mercado y equilibrios.		
Resultados de aprendizaje desarrollados (consultar Guía de aprendizaje de la asignatura/módulo)	R.A. 3: Comprender el funcionamiento de los mercados competitivos y monopolísticos, cómo se determinan los precios en estas estructuras y el impacto que tienen en la sociedad		
Duración aproximada	4	Duración aproximada y fecha	Entrega de trabajo: 20 My Presentación 25/27 My 4
Peso en la evaluación	25%	Peso en la evaluación	25%
Observaciones			

Actividad de evaluación presencial planificada según Guía		NUEVA actividad de evaluación que se propone (a distancia)	
Descripción de la actividad de evaluación presencial original	<i>Pruebas presenciales de conocimiento mediante prueba test.</i>	Descripción de la nueva actividad de evaluación	<i>Pruebas presenciales de conocimiento mediante prueba test a distancia</i>
Contenido desarrollado (temas)	-Restricción presupuestaria -Preferencia del consumidor y curvas de indiferencia. Maximización de utilidad y elección óptima. -Producción y curvas de costes -Función de costes -Maximización de beneficios.		
Resultados de aprendizaje desarrollados (consultar Guía de aprendizaje de la asignatura/módulo)	R.A. 1: Comprender los conceptos principales de la teoría del consumidor, de qué depende sus decisiones de compra y como a partir de ahí se modeliza la función de demanda R.A. 2: Comprender los conceptos principales de la teoría de la empresa, como toma su decisión de producción, demanda de recursos productivos, estructuras de costes y como se modeliza la función de oferta		
Duración aproximada	5	Duración aproximada y fecha	07/04/2020 3 /06/2020 5
Peso en la evaluación	50%	Peso en la evaluación	50%