



## ELECCIONES EN EL CONSUMO: ¿SOMOS LO QUE COMPRAMOS O COMPRAMOS LO QUE SOMOS?

Curso 2024-2025

Marceliano Serrano Chamorro

Se planteará y se dará a conocer una aproximación a los principios básicos y fundamentales de los conceptos de marketing. Se determinarán las necesidades de las personas y de la sociedad en general. Se resaltarán la importancia de la investigación comercial y las técnicas de estudios de mercado que son usadas para la toma de decisiones de las empresas.

Veremos cómo los fabricantes y distribuidores utilizan las distintas herramientas de marketing: producto, precio, distribución, comunicación, publicidad, evidencia, las personas, el proceso y evidencia física para hacer que compremos o que parezca que el consumidor decida. En definitiva, saber quién decide la compra de productos y servicios. Analizaremos los niveles de respuesta y comportamiento del consumidor.

### Distribución de la asignatura:

1. Conceptos básicos del Marketing
2. La investigación comercial
3. Análisis del mercado y del entorno de marketing
4. Análisis del comportamiento del consumidor: necesidades
5. Niveles de respuesta del consumidor
6. La segmentación y posicionamiento en el mercado
7. El marketing operativo
8. El plan de marketing

### Recursos didácticos:

Se utilizarán películas, vídeos y anuncios en diversos formatos, junto con presentaciones de power point. Se analizarán casos con situaciones reales. Habrá una sesión doble al objeto de ver una película y poder realizar un caso práctico.