

ANÁLISIS BÁSICO DEL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR EN EL PUNTO DE VENTA

SKU: EVOL-2900-VNO-B | Categorías: [COMERCIO Y MARKETING](#), [Marketing](#), [Publicidad y Comunicación](#)

INFORMACIÓN DEL CURSO

Horas [20](#)

Acreditado por Universidad [NO](#)

Créditos ECTS [0](#)

CURSO TEMÁTICO

Objetivos

- Explicar los efectos psicológicos que producen en el consumidor las distintas técnicas utilizadas en la distribución de espacios comerciales.

Contenidos

1. El comportamiento del consumidor: ¿qué, quién, por qué, cómo, cuándo, dónde, cuánto, cómo se utiliza la compra?
2. Diferencias entre el comprador y el consumidor.
3. Tipos de clientes y unidades de consumo.
4. Determinantes internos del comportamiento del consumidor.
5. Determinantes externos del comportamiento del consumidor.
6. La segmentación de mercados y los puntos de venta. Especialización de los establecimientos comerciales.
7. Impacto del merchandising en el proceso de decisión de compra y el comportamiento del consumidor.
8. Aplicación de la teoría del comportamiento del consumidor a la implantación de espacios comerciales. Puntos calientes y fríos.

