



DIPLOMADO EN
**PSICOLOGÍA Y COMPORTAMIENTO
DEL CONSUMIDOR DIGITAL**

DESCRIPCIÓN DEL CURSO

Este diplomado permite reconocer que todos los días los consumidores son bombardeados por mensajes publicitarios en todos los medios de comunicación, esos mensajes indirectamente van generando comportamientos o tendencias de consumo, de allí que reconocer teorías y conceptos en materia permiten comprender los aspectos psicosociales del proceso de compra; logrando así desarrollar competencias para poder impactar y motivar los proceso de compra con responsabilidad llevando mensajes que fomenten los valores y no que los destruyan o mal influencien los comportamientos de los consumidores.



METODOLOGÍA

El diplomado se ofrecerá 100% virtual con apoyo de recursos digitales. El estudiante tendrá acceso a nuestra plataforma LMS Brightspace para acceder a los recursos digitales, ingresar a las sesiones en vivo y realizar las actividades.

El diplomado tiene una duración de 120 horas y se desarrollará durante 8 semanas, con una dedicación total de 90 horas trabajo independiente del estudiante y 30 horas de acompañamiento por parte del docente.

Se realizarán Clases en vivo semanales, con una duración de dos horas, además de sesiones de tutoría, a través de nuestra plataforma de videoconferencias Microsoft Teams.

-
-
-



OBJETIVOS DEL CURSO

GENERAL

Investiga el comportamiento de los diferentes tipos de consumidores para satisfacer sus necesidades, teniendo en cuenta las características poblacionales, las tendencias del mercado, los conocimientos de las categorías de las marcas y las metodologías de investigación de mercados en línea.

ESPECÍFICOS

- Clasifica los diferentes tipos de consumidores de acuerdo con los referentes teóricos más actuales del marketing.
- Identifica las últimas tendencias del mercado considerando los cambios sociales y los hábitos de consumo de las diferentes generaciones.
- Aplica las diferentes técnicas de análisis y recolección de información considerando las últimas tendencias en investigación



DIRIGIDO A

Estudiantes y profesionales de las áreas administrativas como administración de empresas, mercadeo, marketing, negocios internacionales, de las bellas artes como diseño gráfico y publicidad y el área de la psicología con interés en reconocer los factores psicológicos y sociales implicados en el proceso de compra y toma de decisiones



REQUISITOS DE INGRESO

Para ingresar al diplomado no se requiere de un título profesional, solo se requiere competencias básicas en manejo de herramientas ofimáticas



REQUERIMIENTOS TÉCNICOS

Para acceder a este curso, solo necesita computador con audio y video, conexión a internet y conceptos básico de informática.



REQUISITOS PARA OBTENER LA CERTIFICACIÓN

Para obtener la certificación de la Universitaria Virtual Internacional, el estudiante deberá realizar y aprobar las actividades con una calificación final mínima de 3.0 de acuerdo con la ruta de aprendizaje prevista.

Una vez aprobado el curso, se emitirá la certificación en formato digital a través de la plataforma LMS.

VALOR AGREGADO DEL DIPLOMADO

El diplomado tiene como valor agregado los indicadores que se esperan que el estudiante una vez certificado logre adquirir, debido que estará en capacidad de:

- Conceptualiza bases teórico-prácticas del comportamiento del consumidor en ámbitos (Psicología, Psicología Social, Sociología, Antropología y Economía).
- Analiza y evalúa con argumentos el Target al cual quiere ir dirigido el cliente con su comunicación.

Utiliza diferentes fuentes de información que le ayudan a entender las diferentes costumbres, hábitos, gustos, tendencias que adopta el consumidor actual



PLAN DE ESTUDIOS



Unidad **01**

INTRODUCCIÓN A COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

Tema 1: Comportamiento del consumidor digital

Tema 2: Teorías del comportamiento y consumo

Tema 3: Segmentación de mercado metas y posicionamiento en línea

Tema 4: El carácter del comportamiento del consumidor (bases para la segmentación)



Unidad **02**

RECONOCER INFLUENCIAS INTERNAS Y EXTERNAS

Tema 4: Procesos de percepción

Tema 5: Aprendizaje y memoria

Tema 6: Motivación, personalidad y emoción

Tema 7: Concepto personal y estilos de vida

Tema 8: Variaciones interculturales y Demografía y estratificación social

Tema 10: Influencia de los grupos, La familia y ambiente digital



PLAN DE ESTUDIOS



Unidad
03

TOMA DE DECISIONES DEL CONSUMIDOR Y RELACIÓN: CONSUMIDOR - MEDIOS

Tema 11: Evaluación y selección de alternativas y selección de establecimientos y compras

Tema 12: Proceso posterior a la compra

Tema 13: Comportamiento del consumidor frente a los medios masivos y en línea

Tema 14: Comportamiento del consumidor frente a BTL, activaciones y medios 1 a 1

Tema 15: Protección del consumidor frente a los medios presenciales y en línea



www.uvirtual.edu.co