



República Bolivariana de Venezuela
 Universidad Bicentaria de Aragua
 Vicerrectorado Académico
 Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales
 Escuela de Psicología
 Programa Analítico



UNIDAD CURRICULAR	TRIMESTRE	CÓDIGO	PRELACIÓN	UNIDADES CRÉDITO
PSICOLOGÍA DEL CONSUMIDOR	VII	FEE77E	FEB76E	02
DENSIDAD HORARIA				
COMPONENTE ASISTIDO POR EL DOCENTE	OTROS COMPONENTES		TOTAL HORAS SEMANALES	
HORAS GUIADAS	HORAS DE APRENDIZAJE AUTÓNOMO			
03	04			
EJE DE FORMACION DE COMPETENCIA				
COMPETENCIA GÉNERICA <input type="checkbox"/>	ESPECIFICA BÁSICA <input type="checkbox"/>	ESPECIFICA DE EJES <input checked="" type="checkbox"/>	ESPECIFICA INVESTIGACION <input type="checkbox"/>	
COMPETENCIA DE LA UNIDAD CURRICULAR				
Analiza las bases teóricas de la psicología del consumidor, con la finalidad de ser aplicadas al estudio de mercado y programas de consumo masivo en los diferentes contextos de manera analítica y reflexiva				
NUCLEO TEMATICO: Psicología del consumidor				
UNIDADES DE COMPETENCIA	INDICADORES DE LOGROS		ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS	
Analiza las bases teóricas, científicas, económicas y sociales de la psicología del consumidor.	<ul style="list-style-type: none"> - Explica el objeto de estudio y los procesos de trabajo dentro del marco de la psicología del consumidor - Expone por escrito los fundamentos teóricos de la psicología del consumidor 		<ul style="list-style-type: none"> - Discusión Grupal - Lecturas Guiadas - Taller Didáctico - Consulta en línea 	
EVIDENCIAS	TÉCNICAS		INSTRUMENTOS	
<ul style="list-style-type: none"> -Ensayo -Prueba contextualizada 	<ul style="list-style-type: none"> - Análisis de producción escrita. 		<ul style="list-style-type: none"> - Escala de estimación - 	
NUCLEO TEMATICO: Teoría del consumidor				
UNIDADES DE COMPETENCIA	INDICADORES DE LOGROS		ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS	
Analiza las teorías del consumidor en los procesos cognoscitivos, experimentales, las influencias culturales y grupales.	<ul style="list-style-type: none"> -Expone los distintos aportes investigativos que permiten explicar el comportamiento de compra en las personas -Explica los aportes que brinda a la psicología del consumidor la neuro ciencia 		<ul style="list-style-type: none"> -Talleres didácticos -Producciones escritas -Revisión Bibliográfica -Debate -Ejemplificación -Consulta en línea 	
EVIDENCIAS	TÉCNICAS		INSTRUMENTOS	
<ul style="list-style-type: none"> -Prueba contextualizada -Estudio de caso 	<ul style="list-style-type: none"> -Análisis de producción escrita. 		<ul style="list-style-type: none"> -Lista de cotejo -Escala de estimación 	
NUCLEO TEMATICO: Conducta de compra				



República Bolivariana de Venezuela
Universidad Bicentaria de Aragua
Vicerrectorado Académico
Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales
Escuela de Psicología
Programa Analítico



UNIDADES DE COMPETENCIA	INDICADORES DE LOGROS	ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS
Estudia los procesos individuales del consumo y su influencia en los estilos de vidas	-Diseña un plan de intervención para un caso específico dentro del marco de la psicología del consumidor -Redacta el informe técnico para exponer los resultados de la intervención diseñada	-Taller didáctico -Producciones escritas -Revisión Bibliográfica -Demostración -Ejemplificación
EVIDENCIAS	TÉCNICAS	INSTRUMENTOS
- Estudio de caso	- Análisis de producción escrita.	-Lista de cotejo -Escala de estimación
REFERENCIAS		
Booms, B. (1981) Marketing Strategies and organization structures for services firms. En Donnelly y W. George. Marqueting of Services. Chicago. American Marketing Association. Robbins. (1994) Comportamiento Organizacional. México D.F. México. Editorial Trillas		

Dra. Edilia Teresa Papa Arcila
Secretaria General