



# EL PROCESO DE TOMA DE DECISIONES

**Sku:** 2806EC

**Horas:** 10

## OBJETIVOS

Atender a la actitud de los consumidores con el fin de conocer cuales son sus gustos y creencias, ya que el marketing se se centra en la satisfacción de las necesidades de los individuos. - Conocer cuales son los distintos tipos de compra, así como las fases del proceso de decisión de compra por el cuál un producto llegará a mas o menos consumidores.

## CONTENIDOS

1.INTRODUCCIÓN 2.LOS TIPOS DE COMPRA 2.1.TIPOS DE COMPRA SEGÚN EL PROCESO ADMINISTRATIVO 2.2.TIPOS DE COMPRA SEGÚN LA INTENCIÓN Y EL MOTOR DE COMPRA 3.ROLES DE COMPRA 4.FASES DEL PROCESO DE DECISIÓN DEL CONSUMIDOR 4.1.RECONOCIMIENTO DE LA NECESIDAD POR EL CONSUMIDOR 4.2.LA BÚSQUEDA DE INFORMACIÓN POR EL CONSUMIDOR 4.3.LA VALORACIÓN DE LAS ALTERNATIVAS DEL CONSUMIDOR 4.4.LA ELECCIÓN DEL CONSUMIDOR 4.5.LOS RESULTADOS DEL CONSUMO