



DENOMINACIÓN ASIGNATURA: COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR AVANZADO

POSTGRADO: MASTER EN COMUNICACIÓN PUBLICITARIA
Prof. Vladimir Melnyk

ECTS.
3

SEMICUATRIMESTRE:
1º

CRONOGRAMA DE LA ASIGNATURA
PLANIFICACIÓN SEMANAL DE LA ASIGNATURA

S	s	DESCRIPCIÓN DEL CONTENIDO DE LA SESIÓN CONTENT	GRUPO		Indicar espacio distinto de aula (aula informática, audiovisual, etc.)	TRABAJO SEMANAL DEL ESTUDIANTE		
			AN DE	PE QU EÑO		DESCRIPCIÓN	HORAS PRESENCIALES	HORAS TRABAJO (Max. 7h semana)
1	1	Introducción al Comportamiento del Consumidor	X			Clases y trabajo de estudiante	1,5	2
	2	Percepción del Consumidor	X			Clases y trabajo de estudiante	1,5	2
2	3	El Ser, la Personalidad	X			Clases y trabajo de estudiante	1,5	3
	4	La Motivación				Clases y trabajo de estudiante	1,5	2
3	5	Formación de Actitudes y Persuasión	X			Clases y trabajo de estudiante	1,5	2
	6	Aprendizaje	X			Clases y trabajo de estudiante	1,5	3
4	7	Influencias sociales y grupales	X			Clases y trabajo de estudiante	1,5	3
	8	Seis armas de influencia social.	X			Clases y trabajo de estudiante	1,5	3
	9	Influencias culturales	x			Trabajo de estudiante	1	3
5	10	Toma de decisiones individuales	X			Clases y trabajo de estudiante	1,5	3
	11	Efectos de contexto	X			Clases y trabajo de estudiante	1,5	3
6	12	Presentación de la propuesta de proyecto	X			Clases y trabajo de estudiante	1,5	3
	13	Presentación de la propuesta de proyecto	X			Clases y trabajo de estudiante	1,5	3
	14	Presentación de la propuesta de proyecto				Clases y trabajo de estudiante	1,5	3
Subtotal 1							21	32
Total 1 (Horas presenciales y de trabajo del alumno entre las semanas 1-6)								53
7-8	Recuperaciones y entregas de trabajos							7
	Tutorías							2
	Preparación de evaluación y evaluación							13
Total 2 (Horas de trabajo del alumno entre las semanas 7-8)								22
HORAS TOTALES (Total 1 + Total 2: Horas presenciales y de trabajo del alumno entre las semanas 1-8)								75