


	PROCESO PARA EL DESARROLLO DE LAS ENSEÑANZAS DE LA ESCUELA DE INGENIERÍAS AGRARIAS		
		CÓDIGO: P/CL009_D002	

PROGRAMME IN MARKETING AND FOOD CONSUMER'S BEHAVIOUR

Academic course: 2019-2020

Identification and characteristics of the subject					
Code	502231			Créditos ECTS	6
Name (Spanish)	Marketing y Comportamiento del Consumidor de Alimentos				
Name (English)	Marketing and Food Consumer's Behaviour				
Degree	Food Science and Technology Degree				
Center	Agricultural Engineering School				
Semester	Fifth (5º)	Type	<u>Compulsory</u>		
Subject	Marketing and Food Consumer Behaviour				
Language	Spanish				
Professor/s					
Name	Room	e-mail	Web link		
Eva Crespo Cebada	D108	ecreceb@unex.es			
Francisco J. Mesías Díaz	D110	fjmesias@unex.es			
Field of knowledge	Applied Economics				
Department	Economics				
Coordinator (if there is more than one professor)	Francisco J. Mesías Díaz				
Lessons and contents					
Syllabus					
SECTION I.- FOOD CONSUMER'S BEHAVIOUR					
LESSON 1.- THE STUDY OF CONSUMERS BEHAVIOUR: CONCEPTS AND CHARACTERISTICS.					
LESSON 2.- APPROACHES TO FOOD CONSUMER'S BEHAVIOUR.					
LESSON 3.- THE INFLUENCE OF CULTURE, SOCIAL STRATIFICATION AND LIFESTYLES ON CONSUMER'S BEHAVIOUR.					
LESSON 4.- THE INFLUENCE OF GROUPS ON CONSUMER'S BEHAVIOUR. FAMILY.					

	PROCESO PARA EL DESARROLLO DE LAS ENSEÑANZAS DE LA ESCUELA DE INGENIERÍAS AGRARIAS	
	CÓDIGO: P/CL009_D002	

LESSON 5.- INTERNAL FACTORS (I): MOTIVATION, PERCEPTION, LEARNING AND MEMORY.

LESSON 6.- INTERNAL FACTORS (II): CONSUMER ATTITUDES.

LESSON 7.- TYPES OF PURCHASES AND CONSUMER DECISION PROCESSES.

LESSON 8.- CONSUMER DECISION PROCESS: THE PRE-PURCHASE STAGE.

LESSON 9.- CONSUMER DECISION PROCESS: THE PURCHASE AND THE POST-PURCHASE STAGE.

LESSON 10.- NEW FORMS OF PURCHASE AND CONSUMPTION.

SECTION II.- AGRICULTURAL MARKETING

LESSON 11.- MARKETING BASIC CONCEPTS.

LESSON 12.- COMMERCIAL SEGMENTATION.

LESSON 13.- COMMERCIAL PLANNING.

LESSON 14.- PRODUCT AND BRAND STRATEGY.

LESSON 15.- NEW PRODUCTS STRATEGY.

LESSON 16.- THE COMMUNICATION IN THE AGRICULTURAL FOOD COMPANY.

LESSON 17.- DISTRIBUTION STRATEGY.

LESSON 18.- PRICE STRATEGY (I): OBJECTIVES, ADMINISTRATION AND PRICING POLICIES.

LESSON 19.- PRICE STRATEGY (II): PRICE FIXING.



PRACTICAL SYLLABUS

PRACTICAL LESSON 1.- ARTICLE READING: "5 tendencias en el comportamiento del consumidor".

PRACTICAL LESSON 2.- ARTICLE READING: "¿Qué es la pirámide de las necesidades de Maslow? (El blog salmón, 09 de marzo de 2011- <http://www.elblogsalmon.com/conceptos-de-economia/que-es-la-piramide-de-maslow>).

PRACTICAL LESSON 3.- ARTICLE READING: "Estilos de vida y alimentación" (I. Ruiz Prieto. Trastornos de la Conducta Alimentaria 14 (2011) www.tcavilla.com/archivos/estilos_de_vida_y_alimentacion.pdf

PRACTICAL LESSON 4.- ARTICLE READING: "Los hábitos de compra de los inmigrantes en España. redominio de la adaptación y la integración". Casares, J. (2005) Distribución y

	PROCESO PARA EL DESARROLLO DE LAS ENSEÑANZAS DE LA ESCUELA DE INGENIERÍAS AGRARIAS		 Escuela de Ingenierías Agrarias
		CÓDIGO: P/CL009_D002	

Consumo, 80, Marzo-Abril: 5-9.

PRACTICAL LESSON 5.- CASE OF STUDY: Bravo R. y Fraj. E. (2005) "Los jóvenes ante nuevas situaciones de compra. En busca de la referencia familiar". En Ruiz de Maya y Alonso *Comportamientos de compra del consumidor*. ESIC.

PRACTICAL LESSON 6.- CASE OF STUDY: Guallante, C. y Prats, R. (2005) "Sirvefácil La Lechera". En Ruiz de Maya y Grande Esteban *Comportamientos de compra del consumidor*. ESIC.

PRACTICAL LESSON 7.- ARTICLE READING: "Attitudes and behaviour towards organic products: an exploratory study". Tsakiridou, E. et al. (2008) *British Food Journal*, nº 36 (2), pag. 158-175.

PRACTICAL LESSON 8.- ARTICLE READING: "Sustainable Food Consumption: Exploring the Consumer "Attitude – Behavioral Intention" Gap". Vermeir, I. y Verbeke, W. (2006) *Journal of Agricultural and Environmental Ethics*, nº 19 (2), pag. 169-194.