

Comportamiento del consumidor

A.D.E, I.T.M., MMIM

PRÁCTICA 5:

Caso:

Parra, J.F., Sarabia, F.J. (2001) **Quiero unas Nike**. En Ruiz de Maya y Alonso, *Experiencias y casos de comportamiento del consumidor*. ESIC: 58-64.

TIPO DE PRACTICA	Caso
OBJETIVO	Analizar la influencia del grupo en el proceso de compra de los adolescentes.
ACTIVIDAD	Resolución del caso

Preguntas:

- **1.- Describa las características más importantes del proceso de compra de Javi. Trata de esquematizar el proceso en un gráfico. Señala las diferencias que existen con el comportamiento de compra de un adulto.**
- **2.- Identifique y describa la influencia que ejerce cada uno de los agentes socializadores que ayudan a explicar el comportamiento de compra de Javi.**
- **3.- ¿Por qué cree que la marca es tan importante para los jóvenes consumidores de calzado deportivo?**
- **4.- ¿Por qué las empresas que comercializan calzado deportivo dirigen sus campañas de comunicación principalmente a los adolescentes?. Indique qué implicaciones se derivan del proceso de aprendizaje del joven para las empresas de calzado deportivo que dirigen sus productos a este segmento**