



Psicología del Consumidor

El graduado de la especialidad de Psicología del Consumidor será un profesional que:

- Tendrá como misión aportar con la comprensión y explicación del comportamiento humano en su rol como consumidores, contribuyendo con esto al logro de los objetivos de las empresas, organizaciones o grupos de influencia que pretendan satisfacer necesidades psicológicas, de interacción social, de sostenimiento del entorno ambiental y de otros tipos.
- Podrá relacionarse de modo versátil en las diversas áreas de una empresa u organización, brindando soporte a proyectos, estrategias y campañas elaboradas por las áreas de investigación y desarrollo de productos y de servicios, comunicación interna y corporativa, publicidad, relaciones públicas, relaciones comunitarias, entre otras, a partir de sus conocimientos sobre el comportamiento de los seres humanos, sus actitudes, motivaciones, juicios y emociones que sustentan sus tomas de decisión y el cambio en sus comportamientos.
- Aplicará técnicas para la investigación e interpretación de variables implicadas en los comportamientos sociales, de la convivencia común, de requerimientos de innovación de productos y servicios de los consumidores; variables estas influidas por factores individuales, como su personalidad, actitudes y experiencias previas; factores de orden grupal, como las costumbres y los hábitos sociales; las mentalidades sociales y por factores situacionales, como las variables significativas del contexto inmediato en tiempo y espacio, los estímulos comercializadores iniciados o las variables de la dinámica económica y comercial.
- Diseñará modelos comportamentales tendientes a ordenar la conducta humana alrededor de objetivos trazados para influir en el alcance de una vida con calidad para todos, cuidando el medio ambiente y promoviendo el bienestar de todo tipo de vida en el planeta.
- Además, podrá formar e impulsar su propia empresa consultora liderando equipos de investigación y gestión de proyectos, y será valorizado como socio estratégico de las empresas y organizaciones que deseen satisfacer los requerimientos de sus clientes a partir de una práctica ética, consistente y coherente con la información de la realidad.