



COMILLAS

UNIVERSIDAD PONTIFICIA

ICAI

ICADE

CIHS

GUÍA DOCENTE

2025 - 2026

FICHA TÉCNICA DE LA ASIGNATURA

Datos de la asignatura	
Nombre completo	Comportamiento del consumidor
Código	E000011579
Título	Máster Universitario en Administración de Empresas (MBA) por la Universidad Pontificia Comillas
Impartido en	Máster Universitario en Administración de Empresas (MBA) [Primer Curso]
Nivel	Postgrado Oficial Master
Cuatrimestre	Semestral
Créditos	3,0 ECTS
Carácter	Optativa
Departamento / Área	Departamento de Marketing
Responsable	Prof.: Ulpiano J. Vázquez ; Coord. : Alfonso P. Fdez del Hoyo
Descriptor	Unlock the Mind of the Modern Consumer This course offers a dynamic and in-depth exploration of the relationship between individuals and today's consumer society. You'll dive into the decision-making process—whether driven by emotion or logic—and uncover the psychological drivers behind consumer behavior: perception, motivation, memory, needs, values, and lifestyles. You'll also examine the social and cultural forces shaping consumer choices, including group influence, social belonging and global trends. But this isn't just theory. Throughout the course, you'll work hands-on with real companies and apply powerful marketing tools such as the Buyer Persona, Decision-Making Unit (DMU), and Customer Journey Map. These practical activities will help you translate consumer insights into actionable strategies—essential skills for any MBA looking to lead in marketing, strategy, or innovation. Make smarter decisions by understanding how your customers think, feel, and act.

Datos del profesorado	
Profesor	
Nombre	Alfonso Pedro Fernández del Hoyo
Departamento / Área	Departamento de Marketing
Despacho	Alberto Aguilera 23 [OD-206]
Correo electrónico	fdelhoyo@icade.comillas.edu
Teléfono	2455
Profesor	
Nombre	Ulpiano José Vázquez Martínez
Departamento / Área	Departamento de Marketing
Correo electrónico	ujvazquez@icade.comillas.edu

DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

Contextualización de la asignatura



Competencias - Objetivos

Competencias

GENERALES

CG01	Capacidades cognitivas de análisis y síntesis aplicadas a situaciones de negocios y problemáticas organizativas de gestión.	
	RA01	Describe, relaciona e interpreta situaciones y planteamiento de nivel medio.
	RA02	Selecciona los elementos más significativos y sus relaciones en las situaciones planteadas.
	RA03	Identifica las carencias de información y establece relaciones con elementos externos a la situación planteada.
	RA04	Es capaz de resumir y estructurar la información empleando los conceptos adecuados.
CG03	Resolución de problemas y toma de decisiones en los niveles estratégico, táctico y operativo de una organización empresarial, teniendo en cuenta la interrelación entre las diferentes áreas funcionales y de negocio.	
	RA01	Identifica y define adecuadamente el problema y sus posibles causas.
	RA02	Plantea posibles soluciones pertinentes y diseña un plan de acción para su aplicación.
	RA03	Identifica problemas antes de que su efecto se haga evidente.
	RA04	Dispone de la capacidad para tomar decisiones de una forma autónoma.
	RA05	Reconoce y busca alternativas a las dificultades de decisión en situaciones reales.
	RA06	Es capaz de ponderar diferentes factores (económicos, sociales y técnicos, entre otros) en el proceso de toma de decisiones y determinar su impacto.
CG04	Aplicación de conceptos y teorías a las organizaciones empresariales para descubrir nuevas oportunidades de negocio y lograr la generación de ventajas competitivas duraderas.	
	RA01	Relaciona conceptos de manera interdisciplinar o transversal.
	RA02	Identifica correctamente los conocimientos aplicables a cada situación.
	RA03	Determina el alcance y la utilidad de las nociones teóricas.
CG05	Capacidades interpersonales de escuchar, negociar y persuadir y de trabajo en equipos multidisciplinares para poder operar de manera efectiva en distintos cometidos, y, cuando sea apropiado, asumir responsabilidades de liderazgo en la organización empresarial.	
	RA01	Utiliza el diálogo para colaborar y generar buenas relaciones.
	RA02	Muestra capacidad de empatía y diálogo constructivo.



	RA03	Es capaz de despersonalizar las ideas en el marco del trabajo en grupo para orientarse a la tarea.
	RA04	Participa de forma activa en el trabajo de grupo compartiendo información, conocimientos y experiencias.
	RA05	Se orienta a la consecución de acuerdos y objetivos comunes.
	RA06	Contribuye al establecimiento y aplicación de procesos y procedimientos de trabajo en equipo.
	RA07	Desarrolla su capacidad de liderazgo y no rechaza su ejercicio.
	RA08	Aplica conocimientos y formas de actuación contrastadas en situaciones conocidas a otras que son nuevas o inesperadas.
	RA09	Comprende que lo nuevo es una oportunidad de mejora y es consustancial a la vida profesional.
CG06	Compromiso ético en la aplicación de valores morales y los de la organización frente a dilemas éticos y de responsabilidad social corporativa.	
	RA01	Asume la deontología y los valores asociados al desempeño de la profesión.
	RA02	Persigue la excelencia en las actuaciones profesionales.
	RA03	Asume una actitud responsable hacia las personas, con los medios y recursos que se utilizan o gestionan.
	RA04	Se preocupa por las consecuencias que su actividad y su conducta puede tener para los demás.
CG08	Razonamiento crítico y argumentación acorde con la comprensión del conocimiento y del saber sobre las organizaciones empresariales, su contexto externo y su proceso de administración y dirección.	
	RA01	Identifica, establece y contrasta las hipótesis, variables y resultados de manera lógica y crítica.
	RA02	Revisa las opciones y alternativas con un razonamiento crítico que permita discutir y argumentar opiniones contrarias.
CG10	Exhibir iniciativa, creatividad y espíritu emprendedor en la aplicación de las técnicas de management y el conocimiento a la gestión y al desarrollo de las organizaciones empresarial.	
	RA01	Muestra apertura y curiosidad por las temáticas tratadas, más allá de la calificación de su trabajo.
	RA02	Amplía y profundiza en la realización de sus actividades.
	RA03	Propone actividades nuevas, procesos de trabajo o de toma de decisiones nuevos e innovadores.
	RA04	Muestra interés por desarrollar su propio proyecto empresarial.
ESPECÍFICAS		
CE13	Capacidad de diseñar y analizar un plan de Marketing	



RA01	Conoce y diferencia las competencias del Marketing Estratégico y del Marketing Operativo.
RA02	Desarrolla de manera sistemática las diferentes fases establecidas en los diversos procesos de planificación y gestión de la función Marketing.
RA03	Conoce las diferentes etapas de elaboración de un Plan Estratégico de Marketing.

BLOQUES TEMÁTICOS Y CONTENIDOS

Contenidos – Bloques Temáticos

Environment and VUCA.
Global Trends.
Consumer Behavior Process.
Factors Influencing Consumer Behavior.
Segmentation.
End User and Buyer Persona.
Consumer Decision-Making Unit.
Customer Journey Map.

METODOLOGÍA DOCENTE

Aspectos metodológicos generales de la asignatura

1. Lectures
2. Individual assignments
3. Presentations
4. Case studies
5. Tutorials
6. Exams
7. Permitted use of AI: Level 4: Extensive use with critical reflection.

Metodología Presencial: Actividades

Lectures

Completion of Guided Projects in class

Presentation of Individual Assignments

Attendance at Tutorials

Completion of Tests and Exams

CG01, CG03, CG04,
CG05, CG06, CE13, CG08



Permitted use of AI level 4: Extensive use with critical reflection.

Metodología No presencial: Actividades

Preparation of course topics. Preliminary reading

Reading of recommended supplementary materials

Personal study of the subject

Completion of individual practical assignments

Preparation of materials for complementary activities

Permitted use of AI level 4: Extensive use with critical reflection.

CG01, CG03, CG04,
CG05, CG06, CE13, CG08

RESUMEN HORAS DE TRABAJO DEL ALUMNO

HORAS PRESENCIALES

HORAS NO PRESENCIALES

CRÉDITOS ECTS: 3.0 (0 horas)

EVALUACIÓN Y CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

El uso de IA para crear trabajos completos o partes relevantes, sin citar la fuente o la herramienta o sin estar permitido expresamente en la descripción del trabajo, será considerado plagio y regulado conforme al Reglamento General de la Universidad.

Actividades de evaluación	Criterios de evaluación	Peso
Attendance and active participation during the sessions.	Attend the different sessions. Actively participation in different activities, questions, etc.	20 %
Exercises and practical activities and their presentation.	Application theory to practice. Originality and formal presentation. Depth of analysis. Quality of the exercises.	40 %
	Application theory to practice. Originality and formal presentation.	



Final group work of the subject and its presentation.	Depth of analysis. Quality of the exercises.	40 %
---	---	------

Calificaciones

If a student does not pass one of the assessment activities, s/he will re-sit it. If the student fails all of them, then s/he will have to sit the exam and do an individual assignment.

Students on dispensation must agree on a project task with the teacher to pass the course.

BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS

Bibliografía Básica

AULET, B. (2024). *Disciplined Entrepreneurship: 24 Steps to a Successful Startup, Expanded & Updated*. John Wiley & Sons.

HAWKINS, D.I. y MOTHERSBAUGH, D. L. (2013) *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy*, 12th Edition, McGraw-Hill Higher Education

KAHNEMAN, D. (2011). *Thinking, fast and slow*. Macmillan.

SOLOMON, M., BAMOSSY, G. & ASKGAARD, S. (2006): *Consumer Behaviour: a European Perspective*, 3ª Edition, Harlow: Prentice Hall.

PETER, J.P. y OLSON, J.C. (2006) *Comportamiento del consumidor y estrategia de Marketing*, 7ª ed. MC Graw Hill

Bibliografía Complementaria

ARIELY, A. (2010). *Predictably Irrational: The Hidden Forces That Shape Our Decisions*. Harper.

De MOOIJ, M. (2004). *Consumer Behavior and Culture*. SAGE Pubs.

MARTINEZ, P: (2008). *Cualitativa-mente. Los secretos de la investigación cualitativa*. ESIC

TORRES J. (2004). *Consumo, luego existo. Poder, mercado y publicidad*. Icaria

Consulta de fuentes secundarias de datos: INE, CIS, Ministerio de Sanidad y Consumo, revistas, periódicos. (www.ine.es, www.cis.es, www.inc.es, www.marketingnews.es.)