

Настоящая программа учебной дисциплины устанавливает минимальные требования к знаниям и умениям студента и определяет содержание и виды учебных занятий и отчетности.

Программа предназначена для преподавателей, ведущих данную дисциплину, учебных ассистентов и студентов направления 37.03.01 - «Психология» подготовки бакалавра, изучающих дисциплину «Психология потребительского поведения».

Программа разработана в соответствии с:

- Оригинальным образовательным стандартом НИУ ВШЭ по направлению 37.03.01 «Психология»;
- Образовательной программой 37.03.01 «Психология».

Цели освоения дисциплины

Цели освоения дисциплины Психология потребительского поведения

- ознакомление студентов с основными закономерностями потребительского поведения
- формирование у студентов практических навыков по разработке маркетинговых стратегий (разработка, позиционирование, продвижение товара и услуги) с использованием психологических знаний.

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

В результате освоения дисциплины студент должен:

Знать

- основные закономерности потребительского поведения;
- результаты современных эмпирических исследований в области маркетинга в России и за рубежом;
- маркетинговые стратегии, которые используются для воздействия на потребителей.

Уметь

- грамотно проводить анализ эффективности маркетинговых стратегий с позиции психологических знаний

Иметь навыки (приобрести опыт)

- определения социально-психологических проблем в сфере маркетинговой деятельности организаций и осуществления их анализа;

- практического использования психологических закономерностей поведения потребителей при разработке маркетинговых решений.

#### Тематический план

- 1 Введение в психологию потребительского поведения
- 2 Этапы принятия решений потребителем
- 3 Импульсивное и компульсивное поведение потребителей
- 4 Эффекты нерационального потребления
- 5 Сегментирование потребителей
- 6 Внутренние факторы, влияющие на потребительское поведение
- 7 Внешние факторы, влияющие на потребительское поведение
- 8 Психология бренда
- 9 Психологические методы исследования потребителей