

Цель освоения дисциплины

Курс «Моделирование поведения потребителя» знакомит студентов с эволюционными изменениями покупательского и потребительского поведения.

Краткое содержание дисциплины

В рамках курса рассматривается путь потребителя от первого эмоционального впечатления от продукта до формирования лояльности. На занятиях обсуждаются приемы эмоционального воздействия на потребителя с помощью маркетинговых и нейромаркетинговых инструментов.

Курс включает следующие темы:

- Эволюция потребителя и потребительских предпочтений
- Методы и методологии получения информации о потребителе и особенности анализа потребительского поведения
- Методы воздействия на потребителя: от социально-экономических до нейрофизиологических
- Позиционирование и маркетинг-микс через призму клиенто-ориентированной стратегии

Преподаватель



Раевская Валерия
Андреевна

Общая трудоемкость дисциплины

3 зачетные единицы,
108 часа.

Итоговый контроль

Проводится в форме защиты исследовательского проекта.