

Wybrane zagadnienia psychologii

Zagadnienia na zaliczenie

Ewolucyjne i socjologiczne koncepcje i modele uwarunkowań zachowań konsumenckich, motywy kupowania dóbr luksusowych, masowy luksus

Krytyka społeczeństwa konsumpcyjnego, etyka a konsumpcjonizm, infantylizacja konsumenta, materializm i materialistyczny „triumwirat”, pozerstwo, świadoma i zrównoważona konsumpcja, paradoks wyboru

Funkcje konsumpcji symbolicznej (tożsamościowa, ekspresyjna i kompensacyjna) i negatywna konsumpcja symboliczna

Koncepcje marki, model informacyjny i znaczeniowy marki, cykl życia marki, osobowość i wizerunek marki strategie rozszerzenia marki i płeć marki

Przywiązanie do marki, czynniki warunkujące osobowy wizerunek marki, wartość i kapitał marki

Motywacja zachowań konsumenckich – modele, motywacyjne konflikty, struktura potrzeb konsumenta; segmentacja rynku, psychografia, model VALS 2 i CENSYDIAM

Procesy poznawcze w zachowaniach konsumenckich, fałszywa pamięć konsumenta, wiedza obiektywna i subiektywna, kalibracja wiedzy, typy źródeł informacji, pamięć utajona, zjawisko interferencji

Emocje integralne i incydentalne w zachowaniach konsumenckich, cechy ocen emocjonalnych, teoria afektu jako informacji i teoria podtrzymywania dobrego nastroju, wpływ nastroju i zmysłów, chybiona prognoza afektywna, zakupy impulsywne a samokontrola

Postawy w zachowaniach konsumenckich, źródła postaw, postawy ambiwalentne i utajone, geneza postaw, strategie zmiany postaw konsumenckich

Natura decyzji konsumenckich, etapy i modele decyzji konsumenckich, klasyczna perspektywa ekonomiczna, strategie wyboru między produktami i usługami oraz czynniki wpływające na wybór strategii, dualizm poznania a procesy decyzyjne, wprowadzanie nowej cechy produktu

Psychologia zakupów: różnice między klientem a konsumentem; zakupy planowane i nieplanowane, wpływ ceny, dysonans podyscyzyjny i satysfakcja pozakupowa

Metody badań ilościowych w psychologii konsumenckiej,