

Psycho-socio de la conso. - recherche en études



En bref

- > Langues d'enseignement: Français
- > Méthodes d'enseignement: En présence
- > Ouvert aux étudiants en échange: Oui

Présentation

Objectifs

Identifier, reconnaître et expliquer les variables internes et externes au consommateur qui vont influencer le modèle de traitement de l'information et de prise de décision d'achat.

Heures d'enseignement

CM	Cours Magistral	8,75h
TD	Travaux Dirigés	8,75h

Pré-requis obligatoires

Bases du marketing et connaissance de bases sur les étapes du processus de décision d'achat du consommateur.

Plan du cours

Chapitre 1 : Le modèle rationnel du traitement de l'information

Chapitre 2 : Les variables qui influencent ce modèle

- I. Les variables psychologiques
- II. Les variables sociologiques
- III. Les variables situationnelles

Compétences visées

Identifier, reconnaître et expliquer les variables internes et externes au consommateur qui vont influencer le modèle de traitement de l'information et de prise de décision d'achat.

Bibliographie

Le comportement du consommateur - 5e éditionJoël Brée, Gaëlle Pantin-SohierSeptembre 2023, Les Topos, Dunod

Comportements du consommateur - 5e éditionDenis Darpy, Valérie GUILLARD Août 2020, Les fondamentaux business, Dunod

Infos pratiques

Lieux

➤ Annecy-le-Vieux (74)

Campus

➤ Annecy / campus d'Annecy-le-Vieux