

<i>Код. Наименование на учебната дисциплина</i> Икономическа психология	
<i>Титуляр на курса</i> Доц. д.р Анелия Петрова	
<i>Вид на дисциплината</i> задължителна	<i>Образователно-квалификационна степен</i> бакалавър
<i>Година на обучение</i> 4	<i>Семестър</i> 8
<i>Кредити</i> 3,5	<i>Хорариум</i> 45+15
<i>Форма на обучение</i> редовно	<i>Език на обучението</i> български
<i>Форми на контрол</i> изпит	

Цели на курса: Да се запознаят студентите с психологическите детерминанти на поведението на икономическите субекти, както и с възможността на икономическите субекти да оказват обратно въздействие на икономическата действителност.

Анотация

Съдържанието на курса обхваща два проблемни кръга. В първия се разглежда потребителското поведение - мотивация, нагласи, емоции на потребителите, социално-психологически детерминанти на потребителското поведение.

Във втория кръг се разглеждат психологическите аспекти на основните пазарни процеси - дифузия на нов продукт, рисковото поведение на пазара, конфликтите на пазарното поле, процесите на покупко-продажба и др.

Тематичен план

1. Възникване и развитие на икономическата психология.
2. Същност на потребителското поведение.
3. Потребителското поведение като процес на вземане на решение за покупка
4. Мотивация на потребителското поведение.
5. Емоции и потребителско поведение.
6. Когнитивни компоненти на потребителското поведение.
7. Формиране на потребителски нагласи.
8. Социални детерминанти на потребителското поведение.
9. Дифузия на нов продукт на пазара.
10. Конфликти на пазара.
11. Психологически аспекти на стоката.
12. Психологически аспекти на парите.
13. Психология на продажбата.
14. Потребителят в интеракцията “купувач-продавач”.

15. Икономическият стресор. Безработицата като стресогенен фактор.

План на семинарните занятия

1. Приложение на психологически теории в изследването на потребителското поведение.
2. Процесите на глобализация и тяхното отражение върху потребителското поведение.
3. Специфика на процеса на вземане на решение за покупка при различни групи стоки.
4. Ценностна система и потребителски избор.
5. Приложения на теорията за когнитивния дисонанс при изучаване на потребителското поведение.
6. Стратегии и подходи за активиране на потребителя.
7. Използване на невербалната комуникация в процеса на продажба.
8. Решаване на конфликти на пазарнатото поле.

Литература

1. Rosenstiel, L., Marktpsychologie, Bd. 1, Bd. 2, 1979.
2. Economic psychology: Intersections in theory and application, 1986.
3. Economic psychology, Amsterdam 1986.
4. Kroeber-Riel, W., Konsumentenverhalten, Munchen 1986.
5. Bergler, R., Marktpsychologie, Tübingen 1980.
6. Rüttinger, B., Motivation des wirtschaftlichen Verhaltens, Stuttgart
7. Advances in economic psychology, 1981.
8. Consumer behaviour and economic growth in the modern economy, 1982 .
9. Hawkins, D. Consumer behavior: Implication for marketing strategy, 1989.
10. Peter Earl, The economic imagination Towards a Behavioral Analysis of Choice, 1983.
11. Ильин, В.И., Поведение потребителей, Санкт-Петербург, 2000.
12. Петрова, А. Потребителско поведение и реклама, С., 2004 и др.