

VARTOTOJŲ ELGSENA IR SPRENDIMŲ PRIĖMIMAS

6 ECTS (KREDITAI)

Studijų dalyko tikslas:

Suteikti žinias ir išugdyti įgūdžius, reikalingus vartotojų elgsenos analizei ir taikymui organizacijos marketingo sprendimams. Studentai gebės segmentuoti rinką ir nustatyti tikslines rinkas bei pozicionavimo strategijas, remiantis vartotojų elgsenos teorija.

Studijų dalyko anotacija:

Studijų metu pateikiama vartotojo elgsenos samprata, atskleidžiama jos svarbą marketingo kontekste. Suteikiamos žinios ir įgūdžiai atpažinti vartotojų elgseną įtakojančius veiksnius, nagrinėti vartotojų sprendimų priėmimo procesą, apibūdinti tikslinę rinką ir nustatyti pozicionavimo strategiją pagal vartotojų savybes ir elgseną.

Vertinimo forma:

Egzaminas