

Plan du cours

- 1. La naissance et l'évolution de la psychologie du marketing**
- 2. Le rôle stratégique du comportement du consommateur**
- 3. L'importance et les objectifs de l'étude du comportement du consommateur**
- 4. Les étapes du processus d'achat**
- 5. Les attitudes et les rôles d'achat**
- 6. Les facteurs externes influençant le comportement du consommateur**
- 7. L'influence de la culture sur le comportement du consommateur**
- 8. L'influence de la classe sociale sur le comportement du consommateur**
- 9. L'influence du groupe de référence sur le comportement du consommateur**
- 10. L'influence de la famille sur le comportement du consommateur**
- 11. Les facteurs internes influençant le comportement du consommateur**
- 12. L'influence de l'apprentissage sur le comportement du consommateur**
- 13. L'influence de la perception sur le comportement du consommateur**
- 14. L'influence de la mémoire sur le comportement du consommateur**
- 15. La culture de consommation et les associations de protection du consommateur**