

Поведение потребителей на финансовом рынке

Цель дисциплины:

Формирование теоретических знаний в функциональных областях поведения потребителей и развитие практических навыков эффективного использования маркетинговых технологий в продвижение товаров и услуг на финансовых рынках.

Краткое содержание:

Сущность финансовых рынков. Основные психологические факторы, определяющие поведение потребителей на финансовой рынке. Финансовые рынки и покупательское поведение потребителя. Роль информированности и отношения потребителей к товару в процессе формирования покупательского поведения. Характеристики покупателя и моделирование покупательского поведения на финансовом рынке. Методы сбора и обработки информации, инструменты анализа данных. Восприятие и обработка информации – основа механизма принятия решения о покупке. Персональные ценности, жизненный стиль и ресурсы как личностные факторы поведения потребителей на финансовом рынке.