

- Faculté des sciences économiques
- www.unine.ch/seco

Consumer Behaviour (5EN1032)

Filières concernées	Nombre d'heures	Validation	Crédits ECTS
Bachelor en sciences économiques, orientation économie	Cours: 2 ph	Voir ci-dessous	3
Bachelor en sciences économiques, orientation management	Cours: 2 ph	Voir ci-dessous	3

ph=période hebdomadaire, pg=période globale, j=jour, dj=demi-jour, h=heure, min=minute

Période d'enseignement:

- Semestre Automne

Equipe enseignante

Francine Petersen, PhD., Associate Professor of Marketing
HEC Lausanne, Switzerland
Anthropole 3056, Lausanne 1015
Email: francine.petersen@unine.ch
Linkedin: <https://www.linkedin.com/in/francine-espinoza-petersen-3103493/>
Instagram: [francine_petersen](https://www.instagram.com/francine_petersen)

Contenu

Ce cours couvrira les fondements de la psychologie et du comportement du consommateur. Il apportera des informations sur la façon dont nous pouvons utiliser la psychologie du consommateur dans les affaires et également sur la façon dont nous pouvons prendre de «meilleures» décisions en tant que consommateur. À cette fin, nous effectuerons plusieurs devoirs et exercices tout au long du cours.

Ce cours a trois objectifs principaux:

- Permettre l'apprentissage et la compréhension des théories sous-jacentes à la psychologie du comportement des consommateurs.
- Illustrez comment les entreprises appliquent ou peuvent appliquer la science des consommateurs pour améliorer leurs activités et améliorer l'expérience d'achat.
- Permettre l'application des connaissances acquises pour l'avancement personnel et professionnel.

Les sujets du cours comprennent, mais ne sont pas limités à:

- Obtenir des informations des clients pour la stratégie marketing
- Traitement d'informations (perception, mémoire et apprentissage)
- Émotions et bien-être des consommateurs
- Motivation, personnalité et autorégulation
- Attitudes et persuasion
- La prise de décision
- Expérience consommateur et parcours client

--

This course will cover the foundations of consumer psychology and behavior. It will bring insights into how we can use consumer psychology in business and also into how we can make "better" decisions as a consumer. For that purpose, we will complete several exercises throughout the course.

This course has three main objectives:

- Enable learning and understanding of the theories underlying the psychology of consumer behavior.
- Illustrate how businesses apply or can apply consumer science to improve their activities and enhance the shopping experience.
- Enable application of the knowledge gained for personal and professional advancement.

The topics of the course include but are not limited to:

- Getting Insights from Customers for Marketing Strategy
- Information Processing (Perception, Memory and Learning)
- Motivation and Personality
- Consumer Emotions & Well-being
- Attitudes and Persuasion
- Decision Making
- Customer Journeys and Consumer Experience

Forme de l'évaluation

- 1) Projet en groupe et présentation (40%)
- 2) Quizz 1 (en ligne) (30%)
- 3) Quizz 2 (en ligne) (30%)

En cas de rattrapage, l'évaluation est repassée sous forme de remise d'un travail écrit individuel.

--

- Faculté des sciences économiques
- www.unine.ch/seco

Consumer Behaviour (5EN1032)

1. Group project and presentation (40%)
2. Quizz 1 (online) (30%)
3. Quizz 2 (online) (30%)

In the case of a retake, the student will have to hand in an individual written work.

Documentation

Solomon, Michael (2020). Consumer Behavior: Buying, Having, and Being. Global Edition.
Nous utiliserons également des articles et des cas pertinents ainsi que des chapitres sélectionnés de différents livres. Le matériel pertinent sera disponible sur le site Web du cours.

--

We will also use relevant articles and cases as well as selected chapters from different books. The relevant material will be available on the course website.

Forme de l'enseignement

The course will be taught in **English** and will include lectures, discussions, in-class and extra-class exercises, group work, and student presentations.

Objectifs d'apprentissage

Au terme de la formation l'étudiant-e doit être capable de :

- Recognise how consumer behavior informs marketing strategy
- Classify elements of consumer psychology and behavior
- Identify theories of consumer behavior
- Combine the individual elements and sessions into a broader perspective of consumer behavior known as "consumer experience"

Compétences transférables

- Analyse cases related to consumer behavior
- Assimilate your own behavior as a consumer to make "better" decisions
- Design a better consumer experience
- Apply the knowledge developed to cases