

СОФИЙСКИ УНИВЕРСИТЕТ  
"СВ.КЛ.ОХРИДСКИ"  
СТОПАНСКИ ФАКУЛТЕТ

България, София 1113  
Бул."Цариградско шосе"125, бул. 3  
Тел.: (+359 2) 873 83 10  
Факс: (+359 2) 873 99 41  
E-mail: info@feb.uni-sofia.bg



SOFIA UNIVERSITY  
" ST. KLIMENT OHRIDSKI "  
FACULTY OF ECONOMICS AND  
BUSINESS ADMINISTRATION  
Bulgaria, Sofia 1113  
125 Tzarigradsko chaussee blvd., bl. 3  
Tel.: (+359 2) 873 83 10  
Fax: (+359 2) 873 99 41  
E-mail: info@feb.uni-sofia.bg

<b>Наименование на учебната дисциплина</b> <b>Икономическа психология</b>	
<b>Титуляри на курса:</b> Доц. д-р Анелия Петрова	
<b>Характер на дисциплината</b> <i>Избираема</i>	<b>Образователно-квалификационна степен</b> <i>бакалавър</i>
<b>Година - 2</b>	<b>Семестър - 4</b>
<b>Кредити -</b>	<b>Часове:30</b> <i>Аудиторна натовареност -</i> <i>Извънаудиторна натовареност -</i>
<b>Характер на обучението</b> <i>Редовна форма</i>	<b>Език на обучението</b> <i>Български</i>

#### **Съдържание на дисциплината (анотация)**

Съдържанието на курса обхваща три проблемни кръга. В първия се разглежда потребителското поведение - мотивация, нагласи, емоции на потребителите, социално-психологически детерминанти на потребителското поведение и модели на вземане на решение за покупка.

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

Третият кръг включва теми, изясняващи обратното влияние на икономическите процеси върху пазарния субект.

#### **Цели на курса**

Да се запознаят студентите с психологическите детерминанти на поведението на икономическите субекти, както и с възможността им да оказват обратно въздействие на обективните икономически процеси.

Преминавайки курса, студентите трябва да знаят:

- 1/ Какви са възможностите на икономическите субекти да въздействат на решенията на другите икономически субекти;
- 2/ Кои са психологическите детерминанти на потребителското поведение;
- 3/ Основни стратегии за стимулиране на желаното ответно поведение на потребителите.

Преминавайки курса, студентите трябва да могат:

- Да планират изследване на потребителското поведение

- Да избират най-подходящите методи и средства за въздействие на потребителското поведение съобразно поставените маркетингови цели.

### **Връзка с други дисциплини от учебния план**

#### **Методи на преподаване**

Лекционен

#### **Извънаудиторна натовареност на студентите**

##### **Подготовка за изпит**

#### **Форма на контрол и методи на оценяване**

Писмен изпит в рамките на сесията

### **СЪДЪРЖАНИЕ НА УЧЕБНАТА ПРОГРАМА:**

#### **А. Лекции:**

№	Тема:	Бр.ч.:
1.	Възникване и развитие на икономическата психология	2
2.	Същност на потребителското поведение	2
3.	Потребителското поведение като процес на вземане на решение. Видове решения	4
4.	Мотивация на потребителското поведение. Теории за мотивацията и приложението им в маркетинга	2
5.	Познавателни компоненти на потребителското поведение	2
6.	Емоции и потребителско поведение	2
7.	Формиране на потребителски нагласи	2
8.	Промяна на потребителските нагласи	2
9.	Социални детерминанти на потребителското поведение	2
10.	Проникване на иновационен продукт на пазара	2
11.	Психологически бариери пред иновационните продукти и стратегии за преодоляването им	2
12.	Психология на парите. Нагласи към спестяване и вземане на заем	2
13.	Психологически аспекти на ценообразуването	2
14.	Психологически аспекти на стоката	2
	Общо	30

#### **Б. Упражнения:**

№	Тема:	Бр.ч.:
	Общо:	

#### **Основна литература:**

*Петрова, А.* Потребителско поведение и реклама, С., 2004.

*Соломон, М.* Потребителското поведение, С., 2011.

*Kirchler, E.* Wirtschaftspsychologie. Grundlagen und Anwendungen, 2003

***Bruno, f., A. Stutzer. Economics and Psychology. A Promising New Cross-Disciplinary Field, 2010.***

***Hawkins, D., D. Mothersbaugh, R. Best. Consumer Behavior: Building Marketing Strategy, 2007.***

**Съставили програмата: Доц. д-р Анелия Петрова**

**Дата:**