

dr Agata Wawrzyniak

Zakład Metod Modelowania i Symulacji Procesów Gospodarczych

Wydział Nauk Ekonomicznych i Zarządzania US

Komunikacja międzyagentowa

w kontekście modelowania i symulacji zachowania konsumentów

Abstrakt

Podczas wystąpienia zostanie przybliżona problematyka modelowania zachowania konsumentów w badaniach marketingowych. Zachowania konsumentów to proces bardzo złożony, który wynika w dużej mierze z tego, że są one kształtowane pod wpływem otoczenia. Jedną z najważniejszych grup czynników kształtujących zachowanie konsumentów są wpływy interpersonalne, czyli oddziaływania pochodzące od innych konsumentów. Jak pokazują liczne badania, komunikacja między poszczególnymi konsumentami ma znaczący wpływ na ich decyzje zakupowe.

Wystąpienie będzie składało się z dwóch części. W pierwszej z nich zostanie zaprezentowana krótka charakterystyka symulacji wieloagentowej oraz wskazane zostaną możliwości jej zastosowania w omawianym obszarze. Ponad to zdefiniowane zostanie pojęcie agenta-konsumenta i jego podstawowe właściwości, a także omówione będą problemy związane z właściwym modelowaniem komunikacji między agentami. Druga część wystąpienia będzie poświęcona komunikacji międzyagentowej i jej modelowaniu w świetle badań prowadzonych przez autorkę, które dotyczą stosowania symulacji wieloagentowej w modelowaniu zachowania konsumentów.