

Datum	Naam	College
28 september 2017	<b>Fred van Raaij</b> Emeritus Hoogleraar Economische Psychologie, Tilburg University	Keuzegedrag van consumenten
5 oktober 2017	<b>Rick van Baaren</b> Hoogleraar Gedragsverandering & Maatschappij, Radboud Universiteit  <b>Matthijs van Leeuwen</b> Assistant-professor Sociale Beïnvloeding, Radboud Universiteit	De psychologie van gedragsverandering
12 oktober 2017	<b>Ale Smidts</b> Hoogleraar Marketing Research, Erasmus Universiteit	De rol van het brein in koop- en beslissingsgedrag: de (on)mogelijkheden van neuromarketing
2 november 2017	<b>Ad Pruyn</b> Hoogleraar Consumentenpsychologie, Universiteit van Twente	(Onbewuste) Beïnvloeding door design van producten en omgevingen
9 november 2017	<b>Koert van Ittersum</b> Hoogleraar Marketing, RijksUniversiteit Groningen	Marketing en consumentenwelzijn
16 november 2017	<b>Ko de Ruyter</b> Hoogleraar City University London	Klantinteractie online en offline
23 november 2017	<b>Tammo Bijmolt</b> Hoogleraar Marktonderzoek, Rijksuniversiteit Groningen	Het gedrag en de loyaliteit van klanten in relatie met een organisatie
30 november 2017	<b>Peeter Verlegh</b> Hoogleraar Marketing, Vrije Universiteit Amsterdam	De psychologie van het merk
7 december 2017	<b>Victor Lamme</b> Hoogleraar Cognitieve Neurowetenschap, Universiteit van Amsterdam	De vrije wil bestaat niet