

Kursnummer: DLMKUM01	Kursname: Konsumentenverhalten	Gesamtstunden: 150 h ECTS Punkte: 5 ECTS
Kurstyp: Pflicht Kursangebot: WS, SS Course Duration: Minimaldauer 1 Semester		Zugangsvoraussetzungen: keine
Kurskoordinator(en) / Dozenten / Lektoren: Siehe aktuelle Liste der Tutoren im Learning Management System		Bezüge zu anderen Modulen: Siehe Modulbeschreibung
<p>Beschreibung des Kurses:</p> <p>Die Konsumenten mit ihren Bedürfnissen entscheiden über den Kauf und damit über den Erfolg von Produkten und Dienstleistungen. Vor diesem Hintergrund ist ein tiefes Verständnis des menschlichen Informations- und Entscheidungsverhalten von zentraler Bedeutung für die Planung und Umsetzung von Marketingstrategien.</p> <p>Hierzu werden die zentralen aktivierenden und kognitiven Prozesse, die dem tatsächlichen Kauf- und Entscheidungsverhalten vorgelagert sind betrachtet und analysiert. Konsumpsychologische Grundlagen werden ebenso wie neueste Erkenntnisse der Neuropsychologie vermittelt und in konkrete Handlungsempfehlungen für das strategische und operative Marketing überführt. Dieses Modul bildet somit das Kerngerüst zum Verständnis des Kauf- und Entscheidungsverhalten der Konsumenten und erlaubt auf Basis dieser Erkenntnisse die Entwicklung von Beeinflussungstechniken für das Marketing.</p> <p>Kursziele:</p> <p>Nach der Teilnahme an diesem Kurs sollen Studierende</p> <ul style="list-style-type: none"> • vertiefte Kenntnisse über aktivierende und kognitive Prozesse besitzen. • den Prozess und die Typen des Entscheidungs- und Kaufverhalten der Konsumenten im Detail verstehen. • die Umweltdeterminanten des Konsumenten und deren Einfluss auf das Entscheidungsverhalten erkennen. • Sozialtechniken zur Beeinflussung des Konsumentenverhaltens identifizieren und Handlungsempfehlungen zur Umsetzung im Marketing-Mix erkennen. <p>Lehrmethoden:</p> <p>Die Lehrmaterialien enthalten einen kursabhängigen Mix aus Skripten, Video-Vorlesungen, Übungen, Podcasts, (Online-)Tutorien, Fallstudien. Sie sind so strukturiert, dass Studierende sie in freier Ortswahl und zeitlich unabhängig bearbeiten können.</p> <p>Inhalte des Kurses:</p> <p>1 Grundlagen des Konsumentenverhaltens</p> <p>1.1 Herausforderungen der Konsumentenverhaltensforschung</p> <p>1.2 Kaufentscheidungen von Individuen und Organisationen</p> <p>1.3 Zentrale Erklärungsansätze und Modelle des Konsumentenverhaltens</p> <p>2 Aktivierende Prozesse der Konsumenten</p> <p>2.1 Grundbegriffe</p>		

2.2 Aktivierung

2.3 Emotion

2.4 Motivation

2.5 Einstellung

3 Kognitive Prozesse der Konsumenten

3.1 Informationsaufnahme

3.2 Informationsverarbeitung

3.3 Informationsspeicherung

4 Zusammenspiel psychischer Prozesse: Das Entscheidungsverhalten der Konsumenten

4.1 Entscheidungen mit überwiegender kognitiver Kontrolle

4.2 Entscheidungen mit geringer kognitiver Kontrolle

5 Umweltdeterminanten des Konsumentenverhaltens

5.1 Direkte Konsumentenumwelt

5.2 Indirekte Konsumentenumwelt

6 Handlungsempfehlungen und Ableitung von Sozialtechniken für das Marketing

Literatur:

- Assael, H. (2003): Consumer Behavior: A Strategic Approach. Houghton Mifflin, Boston. ISBN-13: 978-0618222155.
- Foscht, T./Swoboda, B. (2011): Käuferverhalten. Grundlagen – Perspektiven – Anwendungen. 4. Auflage, Gabler, Wiesbaden. ISBN-13: 978-3834928573.
- Kroeber-Riel, W./Esch, F. R. (2011): Strategie und Technik der Werbung. 7. Auflage, Kohlhammer, München. ISBN-13: 978-3170206090.
- Kroeber-Riel, W./Gröppel-Klein, A. (2013): Konsumentenverhalten. 10. Auflage, Vahlen, München. ISBN-13: 978-3800646180.
- Solomon (2010): Consumer Behavior. Buying, Having, and Being. 9. Auflage, Prentice Hall, Upper Saddle River (NJ). ISBN-13: 978-0136110927.
- Trommsdorff, V./Teichert, T. (2011): Konsumentenverhalten. 8. Auflage, Kohlhammer, München. ISBN-13: 978-3170218772.

Prüfungszugangsvoraussetzung:

Kursabhängig: Begleitende Online-Lernkontrolle (max. 15 Minuten je Lektion, bestanden / nicht bestanden)

Kursevaluation

Prüfungsleistung:

- Klausur, 90 Min.

Zeitaufwand Studierenden (in Std.): 150

Selbststudium (in Std.): 90

Selbstüberprüfung (in Std.): 30

Tutorien (in Std.): 30

Durch die weitere Nutzung der Seite stimmst du der Verwendung von Cookies zu.