



MRK 2280 Forbrukeratferd

Studium

Diplommarkedsførerstudiet i reiseliv- og serviceledelse (1. år), Diplommarkedsførerstudiet i varehandelsledelse (1. år), Grunnfag i markedsøkonomi

Kursansvarlig

Bendik Samuelsen og Håvard Hansen

Institutt

Markedsføring

Semester

Vår

Vekttall

2

Mål

En forutsetning for å lykkes i et marked er at bedriften forstår og kan forutsi forbrukerens atferd i ulike sammenhenger. Målet med kurset er å skape en forståelse for de prosesser som leder frem til valg av et produkt og de prosesser som skjer etter kjøp, og som påvirker fremtidige kjøp. Faget forbrukeratferd kombinerer teori fra økonomi, psykologi, sosiologi og antropologi. I kurset legges det stor vekt på hvordan markedsføreren praktisk skal forholde seg til ulike kundesegmenters særegenheter.

Forkunnskaper

Det stilles ingen krav til forkunnskaper.

Obligatorisk litteratur

Schiffman, Leon G. and Leslie Lazar Kanuk. 2000. *Consumer behavior*. 7th.ed. Upper Saddle River, NJ.: Prentice-Hall.

Tre case-oppgaver gitt i første forelesning.

Anbefalt litteratur

Kardes, Frank R. 1999. *Consumer behavior and managerial decision making*. Reading, MA. : Addison-Wesley.

Emneoversikt

- Om forbrukeratferd som fagområde
- Segmentering og målgruppetenkning
- Forbrukeren som et individ med behov, personlighet, persepsjon
- Hvordan forbrukeren lærer og benytter kunnskap
- Holdningsdannelse og strategier for holdningsendring
- Forbrukeren i sin sosiale sammenheng blant venner, familie, kultur og sosial klasse
- Forbrukerens beslutningsprosess og valgmodeller
- Diffusjon og adopsjon av innovasjoner
- Forbrukerpolitikk og etiske problemstillinger

Dataverktøy

Er ikke påkrevd i dette kurset. Imidlertid er det utarbeidet en egen Web-side for kurset, hvor en mangde relevant informasjon er lagt ut, deriblant caseoppgavene. Det er derfor en fordel om studentene har tilgang til Internett.

Gjennomføring

Kurset vil bli gjennomført med forelesninger av teori og arbeid i mindre grupper. Gruppearbeidet favner de tre

casene som gis i første forelesning. Disse vil bli gjennomgått i plenum, og det legges opp til at studentene skal være sterkt deltakende og involvert i casediskusjonene. Kurset gjennomføres med 42 timer (33 timer + 9 timer) med forelesninger og casearbeid. Hvert av de tre casene vil bestå av 2 konkrete oppgaver.

Caseopplegget organiseres på følgende måte: Det gjennomføres en tre timers sesjon for hvert case med oppgaver. Hver av disse sesjonene gjennomføres slik: I første time velger foreleser ut en gruppe studenter som presenterer sin løsning på oppgave 1 for resten av klassen. Samtidig velges en opponentgruppe. Disse diskuterer løsningen, og etter hvert åpnes det også for kommentarer fra resten av klassen. I andre time gjentas dette for oppgave 2, men med ny presentasjonsgruppe og en ny opponentgruppe. Tredje time benytter foreleser til å oppsummere caset og trekke konklusjoner.

Siden det på eksamen vil komme spørsmål relatert til casene er det viktig at studentene jobber aktivt med å løse oppgavene, og er tilstede ved gjennomgangen.

En prøveeksamen vil bli distribuert i løpet av semesteret.

Eksamen

En tre timers individuell skriftlig eksamen som teller 100%

Eksamenskode(r)

MRK 22801 Forbrukeratferd - skriftlig eksamen. Eksamen teller 100% for å oppnå karakter i kurset MRK 2280, 2 vekttall.

Hjelpemidler til eksamen

Ingen hjelpemidler er tillatt til eksamen.

Kontinuasjon

Kontinuasjonseksamen ved neste ordinære gjennomføring av kurset.