



MRK 2280 Forbrukeratferd

Studium

Bachelorstudiet i Informasjon og samfunnskontakt (1. år), Bachelorstudiet i internasjonal markedsføring (1. år), Bachelorstudiet i Kultur og ledelse (1. år), Bachelorstudiet i Markedsføring (1. år), Bachelorstudiet i Markedsføring og ledelse (1. år), Bachelorstudiet i Markedskommunikasjon (1. år), Bachelorstudiet i reiselivsledelse (1. år), Bachelorstudiet i varehandelsledelse (1. år), Bachelorstudiet i økonomi og ledelse (1. år), Bachelorstudiet i økonomi og ledelse (2. år), Bachelorstudiet i økonomi og ledelse (3. år), Årsenhet i markedsøkonomi

Kursansvarlig

Håvard Hansen

Institutt

Markedsføring

Semester

Se studieplan for aktuelt studium

Studiepoeng

6

En forutsetning for å lykkes i et marked er at bedriften forstår og kan forutsi forbrukerens atferd i ulike sammenhenger.

Mål

Målet med kurset er at studentene skal få en forståelse for de prosesser som leder frem til valg av et produkt, de prosesser som skjer etter kjøp og som påvirker fremtidige kjøp. Studentene vil lære hvordan faget forbrukeratferd benytter teori fra økonomi, psykologi, sosiologi og antropologi. Kurset vil gi kunnskap om hvordan markedsføreren praktisk skal kunne utvikle markedsstrategier for ulike segmenter.

Forkunnskaper

Det stilles ingen krav til forkunnskaper.

Obligatorisk litteratur

Bøker:

Schiffman, Leon G. and Leslie Lazar Kanuk. 2006 (2007). Consumer behavior. 9th.ed. Upper Saddle River, NJ.: Prentice-Hall

Annet:

Tre case-oppgaver gitt i første forelesning

Anbefalt litteratur

Bøker:

Kardes, Frank R. 2002. Consumer behavior and managerial decision making. 2nd ed. Upper Saddle River, N.J.: Prentice-Hall

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

Dataverktøy

Er ikke påkrevd i dette kurset. Imidlertid er det utarbeidet en egen Web-side for kurset, hvor en mengde 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); forelesninger og casearbeid. Hvert av de tre casene vil bestå av 2-3 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.

Eksamen

Kurset avsluttes med en tre timers individuell skriftlig eksamen.

Eksamenskode(r)

MRK 22801 - skriftlig eksamen. Eksamen teller 100% for å oppnå karakter i kurset MRK 2280 Forbrukeratferd, 6 studiepoeng.

Hjelpemidler til eksamen

Ingen hjelpemidler er tillatt til eksamen.

Kontinuasjon

Kontinuasjonseksamen avholdes hvert semester.