



MRK 2780 Forbrukeratferd

Studium

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 PR og kommunikasjonsledelse (1. år), Bachelorstudiet i reiselivsledelse (1. år), Bachelorstudiet i varehandelsledelse (1. år), Bachelorstudiet i økonomi og ledelse (1. år), Årsenhet i markedsøkonomi

Kursansvarlig

Nina Ronæs

Institutt

Markedsføring

Semester

Se studieplan for aktuelt studium

Studiepoeng

6

Undervisningsspråk

Norsk

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., Leslie Lazar Kanuk and Håvard Hansen. 2008. Consumer behaviour. European edition. London, UK.: Prentice-Hall

Annet:

To 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 to casene som gis i første forelesning. Kurset gjennomføres med 36 timer forelesninger, samt et casearbeid som løper gjennom semesteret. Hvert av de to casene vil bestå av 2-3 konkrete oppgaver.

Caseopplegget organiseres på følgende måte: Studentene danner grupper på mellom 3 og 5 studenter som sammen løser caseoppgavene og leverer inn disse. Gruppesammensetningen er den samme i løpet av semesteret. Casebesvarelsene vil bli vurdert til bestått/ikke bestått. Begge caseinnleveringene må bestås for å få bestått på caseprogrammet som helhet. Av denne grunn, og fordi det på skriftlig eksamen vil komme spørsmål relatert til casene, er det viktig at studentene jobber aktivt med å løse oppgavene.

Eksamen

Caseprogram bestående av 2 case før kurset avsluttes med en tre timers individuell skriftlig eksamen.

Eksamenskode(r)

MRK 27801 - Caseprogram. Må bestås for å få karakter i kurset, MRK 2780 Forbrukeratferd, 6 studiepoeng.

MRK 27802 - Skriftlig eksamen. Eksamen teller 100% for å oppnå karakter i kurset MRK 2780 Forbrukeratferd, 6 studiepoeng.

Begge eksamenskomponentene må bestås for å oppnå karakter i kurset.

Hjelpemidler til eksamen

Alle hjelpemidler er tillatt til Caseprogram.

Ingen hjelpemidler er tillatt til skriftlig eksamen.

Kontinuasjon

Kontinuasjonseksamen avholdes hvert semester. De to eksamenskomponentene er uavhengige av hverandre i forhold til evt. kontinuasjon.