



Linnéuniversitetet

Kalmar Växjö

Kursplan

Fakultetsnämnden för ekonomi och design
Ekonomihögskolan

2FE022 Consumer Behaviour, 7,5 högskolepoäng
Consumer Behaviour, 7.5 credits

Huvudområde

Företagsekonomi

Ämnesgrupp

Företagsekonomi

Nivå

Grundnivå

Fördjupning

G2F

Fastställande

Fastställd av Organisationskommittén 2009-11-30

Kursplanen gäller från och med höstterminen 2010

Förkunskaper

För att bli antagen till kursen skall studenten ha minst 105 högskolepoäng, varav minst ett år, motsvarande 60 högskolepoäng i företagsekonomi, inklusive grundläggande kurser i marknadsföring (7,5 högskolepoäng).

Förväntade studieresultat

Studenten skall

ha bredd kunskap om broad

- Faktorer av betydelse för att förstå konsumtionsmönstren i dagens marknader

kunna tillämpa

- denna kunskap för att analysera de bestämmande krafterna i olika konsumtionssituationer

förstå

- konsumenten som en bas för affärer och de krafter som påverkar konsumentens beslut om konsumtion

Innehåll

- konsumenter, konsumtion och marknadsföring
- sig själv
- konsumenter som beslutsfattare
- perception och tolkning
- lärande och minne
- motivation, värderingar och engagemang

- attityder
- kommunikation och attitydpåverkan
- demografiska faktorerers inflytande på konsumentens beslutsprocess
- gruppinflytande och åsiktsledarskap
- familjestruktur och hushålls beslutsfattande
- kulturell påverkan på konsumentbeteende
- kulturella förändringsprocesser
- shopping, inköp, utvärdering & disponering
- nya tider, nya konsumenter

Undervisningsformer

Litteraturstudier, föreläsningar och öppna fallstudieseminarier.

Examinationsformer

Kursen bedöms med betygen Underkänd, Godkänd eller Väl godkänd.

skriftlig examination

seminariepapper

Kursvärdering

En kursvärdering genomförs i slutet av kursen. Utvärderingsresultatet sammanställs i en kursrapport, vilken arkiveras hos institutionens administration. Resultatet av utvärderingen och eventuellt vidtagna åtgärder kommuniceras med kursansvarig och presenteras för studenterna vid nästa kurstillfälle.

Kurslitteratur och övriga läromedel

obligatorisk kurslitteratur

Solomon, Bamossy, & Askegaard, Consumer Behaviour, A European Perspective, Prentice Hall, latest edition, 600

EHV, vetenskapliga artiklar, 200