HÖGSKOLAN I BORÅS

Konsumentbeteende
Consumer Behaviour
7,5 högskolepoäng
7,5 credits

Ladokkod: SKB013
Version: 3.0
Fastställd av: Institutionsstyrelsen 2010-05-20
Gäller från: HT 2010

Nivå: Avancerad nivå
Huvudområde (successiv fördjupning): Företagsekonomi (A1N)
Utbildningsområde: Samhällsvetenskap
Ämnesgrupp: Företagsekonomi
Förkunskapskrav: Grundläggande behörighet samt avklarade kurser om sammanlagt 60 högskolepoäng i företagsekonomi på grundnivå. Därutöver krävs avklarad kurs i marknadsföring om 7,5 högskolepoäng på nivå G2F (grundnivå 61-90 hp).
Betygsskala: Underkänd, Godkänd eller Väl godkänd

Innehåll
I kursen betraktas konsumentbeteende som en socialt konstruerad aktivitet där livsstil, perception, attityder och konsumtionsmönster är centrala kunskapsfält. Hur varumärken, annonsering och andra marknadsföringsåtgärder påverkar konsumentens beteende behandlads löpande i kursen, främst med hjälp av fältstudier. Innehållet i kursen är uppdelat i fyra delar: vetenskapligt fält (vetenskapsområdets natur, förhållningssätt & ansatser, metoder & tekniker för fältstudieinsamling), , perceptionspsykologi & attitydteori (perception & tolkning, kunskap/erfarenhet & minne, motivation samt attityder & personlighet) beslutsfattande (beslutsfattande, shopping, utvärdering av köp, gruppåverkan och opinion) samt butikens (exponering, sortiment & butiksatmosfär) betydelse för köpbeslut.

Mål
Kursen är forskningsförberedande och baseras på kurslitteratur, vetenskapliga artiklar samt studenternas insamling av fältmaterial. Efter genomgången kurs förväntas studenten:

- kunna redogöra för konsumentbeteendeområdet samt ämnets teoretiska utveckling.
- kunna urskilja och formulera konsumentbeteendeproblem och samla in och behandla material utifrån aktuella frågeställningar. Detta gäller i synnerhet konsumentbeteende i en detaljhandelskontext.
- kunna redogöra för vedertagna teoretiska förklaringar till konsumenters handlingar och bakomliggande motiv till produktpreferenser.
- kunna identifiera fenomen som formar konsumentbeteendet såsom perception och tolkning, kunskap/erfarenhet och minne, motivation, värderingar och engagemang, attityder och personlighet. Utifrån identifieringen skall studenten kunna analysera fenomenens påverkan för marknadsföringsåtgärder i detaljhandelsföretag.
- visa en reflekterande hållning avseende hållbarhet (ekonomisk, social och miljömässig) och där tillhörande frågeställningar som har konsekvenser för konsumentbeteende och detaljhandelsfältet.

Undervisningsformer
Undervisningen bedrivs i form av föreläsningar, fältstudier, grupparbete, handledning och seminarier. Undervisningen bedrivs på svenska men undervisning på engelska kan förekomma liksom engelskspråkig kurslitteratur.

Examinationsformer
Kursen examineras genom individuell skriftlig hemtentamen samt rapportinlämning i grupp. För att erhålla betyget Godkänd på hel kurs krävs godkänt på individuell hemtentamen och godkänd rapport samt närvaro vid eventuella gästföreläsningar. För betyget Väl godkänd på hel kurs krävs dessutom väl godkänt på individuell skriftlig hemtentamen. Studentens rättigheter och skyldigheter vid examination är enligt riktlinjer och regelverk vid Högskolan i Borås.

Studentens rättigheter och skyldigheter vid examination är enligt riktlinjer och regelverk vid Högskolan i Borås.

Kurslitteratur och övriga läromedel

Evans, M., Foxall, G. & Jamal, A. (2008), *Konsumentbeteende*, Liber, svensk översättning

För all litteratur gäller senaste upplaga.
Under kursen delas en separat förteckning över aktuella vetenskapliga artiklar ut.

Studentinflytande och utvärdering

Kursen utvärderas i enlighet med högskolans policy för kursutvärdering och sker formellt i anslutning till avslutad kurs. Studenten ska vid kursintroduktion skriftligt dokumentera sina förväntningar med kursen. Kursutvärderingen sker sedan genom att studenten bedömer huruvida kursen givit de mål som är fastlagda samt med hjälp av en jämförelse mellan de förväntningar som studenten hade vid kursintroduktion och det kunskapsutfall som uppfattas vid kursens slut. Utvärderingen sammanställs och sammanställningen offentliggörs i enlighet med institutionens bestämmelser och kommer att ligga till grund för framtida kursplanering samt ingå i programutvärdering.

Övrigt

Kursen ingår i Civilekonomprogrammet samt ges som fristående kurs.