

# Humboldt-Universität zu Berlin

## Institut für Marketing

Prof. Dr. Daniel Guhl

Konsumentenverhalten (707100)  
Syllabus WiSe 2020/21

---

### Kursbeschreibung

Diese Veranstaltung richtet sich an Bachelorstudierende und es werden Grundlagen des Konsumentenverhaltens behandelt. Neben wissenschaftstheoretischen Hintergründen, werden zentrale Konstrukte aktivierender Prozesse (Aktivierung, Emotion, Motivation), Vorgänge kognitiver Prozesse (Aufnahme, Verarbeitung und Lernen von Informationen), Einstellung, das (Kauf-)Entscheidungsverhalten von Konsumenten, sowie die Konsumentenkultur thematisiert. Die Veranstaltung vermittelt ebenfalls weiterführende Themen mit Bezug zum Zeitalter der Digitalisierung sowie Ansätze zur empirischen Erforschung des Konsumentenverhaltens. Die Übung vertieft die Vorlesungsinhalte anhand von Fallbeispielen und Übungsaufgaben.

### Teilnahmevoraussetzungen

Empfohlene fachliche Voraussetzungen: Modul “Marketing und E-Business” und Modul “Strategie, Organisation und Information Technology”.

### Kurs Webpage

Kursmaterial und weitere Informationen werden über das Moodle-System (<https://moodle.hu-berlin.de/course/view.php?id=98052>) der HU Berlin zur Verfügung gestellt.

### Literatur

Die folgenden Lehrbücher geben einen Gesamtüberblick zur Vorlesung; Struktur und Kerninhalt basieren auf Hoyer/MacInnis/Pieters (2016). Es ist nicht erforderlich, eines dieser Lehrbücher zu kaufen.

- Homburg, C. (2017): Marketingmanagement: Strategie – Instrumente – Umsetzung – Unternehmensführung, Springer Gabler, 6. Auflage.
- Hoyer, W. D., MacInnis, D. J., Pieters, R. (2016): Consumer Behavior, Cengage Learning, 7. Auflage.
- Kroeber-Riel, W., Gröppel-Klein, A. (2019): Konsumentenverhalten, Vahlen, 11. Auflage.

## Prüfung

Klausur (90 min), voraussichtlich in der letzten Woche der Vorlesungszeit.

## Inhalte und Ablauf

Der Kurs findet nicht als Präsenzveranstaltung statt. Daher gibt es keine spezifischen Kurszeiten. Wir stellen die Inhalte der Vorlesung und Übung als Slides und Videos spätestens zur unten angegebenen Kalenderwoche (KW) über Moodle bereit. Zusätzlich werden wir über Zoom Gruppen- und Einzelsprechstunden anbieten.

### Vorlesung (Daniel Guhl):

---

KW	Inhalt
45	Ablauf und Einführung
46	Empirische Methoden zur Erforschung des Konsumentenverhaltens
47	Psychologischer Kern: Aktivierende Prozesse
48	Psychologischer Kern: Kognitive Prozesse
49	Psychologischer Kern: Einstellungen (1)
50	Psychologischer Kern: Einstellungen (2)
51	Gastvortrag
01	Entscheidungsverhalten: vor dem Kauf
02	Entscheidungsverhalten: während des Kaufs
03	Entscheidungsverhalten: nach dem Kauf
04	Konsumentenkultur: Soziale / Physische Einflüsse
05	Konsumentenkultur: Sozio-Demografie
06	Konsumentenkultur: Psychografie
07	Weiterführende Themen: Ethik, Nachhaltigkeit und Verbraucherschutz

---

### Übung (Mareike Sachse):

---

KW	Inhalt
49	Grundlagen und empirische Methoden
50	Psychologischer Kern: Aktivierende / Kognitive Prozesse
51	Psychologischer Kern: Einstellungen
03	Entscheidungsverhalten: vor dem Kauf
04	Entscheidungsverhalten: während des Kaufs
05	Entscheidungsverhalten: nach dem Kauf
06	Konsumentenkultur: Soziale / Physische Einflüsse
07	Konsumentenkultur: Sozio-Demografie / Psychografie

---