

Humboldt-Universität zu Berlin

Institut für Marketing

Prof. Dr. Daniel Guhl

Konsumentenverhalten (707100)
Syllabus WiSe 2021/22

Zeiten:

Siehe Abschnitt auch "Inhalte und Ablauf" weiter unten für mehr Details.

Vorlesung:

- Vorlesungsinhalte als Videos (asynchron) pro KW
- Offene online Sprechstunde: Do., 14:15 - 15:45 Uhr, Start ab 21. Oktober

Übung:

- Do., 16:15 - 17:45 Uhr, SPA 1, Raum 202, Start ab 21. Oktober
- Do., 18:15 - 19:45 Uhr, Videokonferenz, Start ab 21. Oktober
- Sprechstunde nach Vereinbarung

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 der HU Berlin zur Verfügung gestellt. Kurs: 707100: Konsumentenverhalten (WiSe 2021/22) <https://moodle.hu-berlin.de/course/view.php?id=107813>

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

Die Vorlesung ist aufgrund der hohen erwarteten Teilnehmerzahl nicht als Präsenzveranstaltung geplant. Die Übung wird als Präsenzveranstaltung und auch in einem digitalen Format durchgeführt (s.u.).

Vorlesung (Prof. Dr. Daniel Guhl):

Wir stellen die Inhalte der Vorlesung als Slides und Videos spätestens zur unten angegebenen Kalenderwoche (KW) über Moodle bereit. Daher gibt es keine spezifischen Kurszeiten. Zusätzlich wird es jew. Do 14:15 - 15:45 Uhr (angekündigte Kurszeit auf AGNES) eine offene Sprechstunde zur Diskussion der VL-Inhalte über Zoom geben (Link siehe Moodle).

KW	Inhalt
42	Ablauf und Einführung
43	Empirische Methoden zur Erforschung des Konsumentenverhaltens (1)
44	Empirische Methoden zur Erforschung des Konsumentenverhaltens (2)
45	Psychologischer Kern: Aktivierende Prozesse
46	Psychologischer Kern: Kognitive Prozesse
47	Psychologischer Kern: Einstellungen (1)
48	Psychologischer Kern: Einstellungen (2)
49	Gastvortrag
50	Entscheidungsverhalten: vor dem Kauf
01	Entscheidungsverhalten: während des Kaufs
02	Entscheidungsverhalten: nach dem Kauf
03	Umweltdeterminanten und Konsumentenkultur: Soziale / Physische Einflüsse
04	Umweltdeterminanten und Konsumentenkultur: Sozio-Demografie
05	Umweltdeterminanten und Konsumentenkultur: Psychografie
06	Q&A (Do. 10.02.2022, 14:15 - 15:45 Uhr)
07	Klausur (voraussichtlich: Do. 17.02.2022, 14:15 - 15:45 Uhr)

Übung (M.Sc. Mareike Sachse):

Wir stellen die Inhalte als Folien spätestens zur unten angegebenen Kalenderwoche (KW) über Moodle bereit. Die Übung selbst findet zu den unten angegeben Terminen um 16:15-17:45 Uhr als Präsenzveranstaltung im Raum 202 (SPA 1) statt. Von 18:15-19:45 Uhr wird es zusätzlich

eine Videokonferenz über Zoom (Link siehe Moodle) und diese wird ebenfalls aufgezeichnet. Eine Sprechstunde zur UE gibt es über Zoom nach Vereinbarung.

KW	Datum	Inhalt
42	21.10.2021	Grundlagen
44	04.11.2021	Empirische Methoden
46	18.11.2021	Psychologischer Kern: Aktivierende / Kognitive Prozesse
48	02.12.2021	Psychologischer Kern: Einstellungen
50	16.12.2021	Entscheidungsverhalten: vor dem Kauf
02	13.01.2022	Entscheidungsverhalten: während des Kaufs / nach dem Kauf
03	20.01.2022	Umweltdet. und Konsumentenkultur: Soziale / Physische Einflüsse
05	03.02.2022	Umweltdet. und Konsumentenkultur: Sozio-Demografie / Psychografie
06	10.02.2022	Q&A