

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 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.

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, 14:15 - 15:45 Uhr) |
| 07 | Klausur (voraussichtlich: Do. 17.02, 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 angegebenen Terminen von 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) **geben** 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 |
