

Humboldt-Universität zu Berlin

Institut für Marketing

Prof. Dr. Daniel Guhl

Konsumentenverhalten (707100)
Syllabus WiSe 2022/23

Zeiten:

Vorlesung: Do., 14:15 - 15:45 Uhr, SPA 1, Raum 201, Start ab 20. Oktober

Übung: Do., 16:15 - 17:45 Uhr, SPA 1, Raum 201, Start ab 27. Oktober

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), Einstellungen, 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 2022/23) <https://moodle.hu-berlin.de/course/view.php?id=114535>

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

Wir stellen die Inhalte der jew. VL und UE als Folien spätestens zur unten angegebenen Kalenderwoche (KW) über Moodle bereit. VL und UE selbst finden in Präsenz statt.

Vorlesung (Prof. Dr. Daniel Guhl):

Do., 14:15 - 15:45 Uhr, SPA 1, Raum 201. Sprechstunde nach Vereinbarung.

KW	Datum	Inhalt
42	20.10.2022	Ablauf und Einführung
43	27.10.2022	Empirische Methoden zur Erforschung des Konsumentenverhaltens (1)
44	03.11.2022	Empirische Methoden zur Erforschung des Konsumentenverhaltens (2)
45	10.11.2022	Psychologischer Kern: Aktivierende Prozesse
46	17.11.2022	Psychologischer Kern: Kognitive Prozesse
47	24.11.2022	Psychologischer Kern: Einstellungen (1)
48	01.12.2022	Psychologischer Kern: Einstellungen (2)
49	08.12.2022	Entscheidungsverhalten: vor dem Kauf
50	15.12.2022	Entscheidungsverhalten: während des Kaufs
01	05.01.2023	Entscheidungsverhalten: nach dem Kauf
02	12.01.2023	Umweltdeterminanten und Konsumentenkultur: Soziale / Physische Einflüsse
03	19.01.2023	Gastvortrag (Edlira Shehu, CBS, Link)
04	26.01.2023	Umweltdeterminanten und Konsumentenkultur: Sozio-Demografie
05	02.02.2023	Umweltdeterminanten und Konsumentenkultur: Psychografie
06	09.02.2023	Weiterführende Themen: Ethik, Nachhaltigkeit und Verbraucherschutz
07	16.02.2023	Klausur (voraussichtlich: Do. 16.02.2023, 14:15 - 15:45 Uhr)

Übung (M.Sc. Mareike Sachse):

Do., 16:15 - 17:45 Uhr, SPA 1, Raum 201. Ausnahme: Am 15. Dezember 2022 findet die UE im Hörsaal 202 statt. Sprechstunde nach Vereinbarung.

KW	Datum	Inhalt
43	27.10.2022	Grundlagen
45	10.11.2022	Empirische Methoden
47	24.11.2022	Psychologischer Kern: Aktivierende / Kognitive Prozesse
49	08.12.2022	Psychologischer Kern: Einstellungen
50	15.12.2022	Entscheidungsverhalten: vor dem Kauf
02	12.01.2023	Entscheidungsverhalten: während des Kaufs / nach dem Kauf
04	26.01.2023	Umweltdet. und Konsumentenkultur: Soziale / Physische Einflüsse
06	09.02.2023	Umweltdet. und Konsumentenkultur: Sozio-Demografie / Psychografie
