

MODULBESCHREIBUNG FÜR MODULE MIT NUR EINEM KURS

MODULBEZEICHNUNG	Konsumentenpsychologie
Code	09020001.EN/14
Fachbereich(e)	Angewandte Psychologie
Studiengang /-gänge	Angewandte Psychologie
Vertiefungsrichtung(en)	Wirtschaftspsychologie
Art des Studiengangs	Bachelor
Studienniveau (Erklärung am Ende)	<input checked="" type="checkbox"/> Basic <input type="checkbox"/> Intermediate <input type="checkbox"/> Advanced <input type="checkbox"/> Specialised
Typus (Erklärung am Ende)	<input type="checkbox"/> Pflichtmodul <input type="checkbox"/> Wahlpflicht <input checked="" type="checkbox"/> Wahlmodul
ECTS-Credits	3
Kontaktlektionen¹	24 Präsenzlektionen in Form von Blockveranstaltungen
Gesamtarbeitsaufwand in Stunden (Kontaktstudium, begleitetes und individuelles Selbststudium)	90 h
Verantwortliche Ansprechperson	Prof. Tobias Vogel
Telefon/E-Mail	tobias.vogel@fhnw.ch

¹ Total der Einzellektionen

Lernziele/Kompetenzen	<p>Fachkompetenz Die Studierenden sind in der Lage</p> <ul style="list-style-type: none"> • Konsumentenverhalten und -erleben anhand aktueller Theorien zu erklären und vorherzusagen. • Werbe- und Marketingmassnahmen anhand gängiger Theorien und Modelle kritisch zu hinterfragen. • Werbe- und Marketingmassnahmen mit Hilfe der richtigen Marktforschungsmethoden zu überprüfen. <p>Methodenkompetenz Die Studierenden sind in der Lage</p> <ul style="list-style-type: none"> • aus einem Pool diverser Messmethoden, jene auszuwählen, die das Überprüfen von Marketing- und Werbemassnahmen ermöglicht. • die Güte diverser Befunde des Bereichs Konsumentenpsychologie akkurat einzuschätzen und kritisch zu hinterfragen. • Probleme der Messung konsumentenpsychologisch relevanter Konstrukte zu erkennen und zu umgehen. <p>Sozialkompetenz Die Studierenden sind in der Lage</p> <ul style="list-style-type: none"> • Wissenschaftliche Befunde der Konsumentenpsychologie anschaulich vorzutragen, zu begründen und gegebenenfalls zu verteidigen. • andere Menschen in konsumentenpsychologischen Themen zu beraten. <p>Selbstkompetenz Die Studierenden sind in der Lage</p> <ul style="list-style-type: none"> • das eigene Konsumverhalten auf Basis der behandelten Ansätze zu reflektieren, Werbestrategien zu erkennen und zu hinterfragen (Selbstreflexion) • Erkenntnisse und Einsichten in der Einzelarbeit fachlich korrekt zu integrieren (Selbstständigkeit) <p>Anwendungsorientierte Ziele, die in den Selbstlernphasen erarbeitet werden</p> <p>Die Studierenden...</p> <ul style="list-style-type: none"> • verfügen über die Grundlagen Wirkmechanismen von Marketing- und Werbemassnahmen zu erklären und vorherzusagen. • verfügen über eine Methodik, welche sie flexibel und situationsgerecht hinsichtlich Adressaten, Inhalten, Zielen und Ressourcen einsetzen können. • sind fähig Konsumentenverhalten zu erklären und vorherzusagen.
Lerninhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Konsummotive • Überzeugungsstrategien und sozialer Einfluss • Marken und deren Wirkung • Werbung und deren Wirkung • Marktforschung
Lehr- und Lernmethoden	<p>Vorlesung mit interaktiven Übungen sowie Selbststudium</p>

Unterrichtssprache	Deutsch
Leistungsnachweis	Anwesenheit und aktive Mitarbeit in den Unterrichtseinheiten
Notenskala	pass / fail
Bibliographie	Felser, G. (2015). <i>Werbe- und Konsumentenpsychologie</i> . Stuttgart: Spektrum Akademischer Verlag (Empfehlung) Vogel, T., & Wänke, M. (2016). <i>Attitudes and attitude change.</i> , 2nd ed. New York, NY, US: Routledge/Taylor & Francis Group. (Empfehlung)
Erforderliche Vorkenntnisse: Modul(e) – Kurs(e)	Abgeschlossenes 3. Semester
Anschlussmodul(e) /-kurs(e)	
Schnittstellen zu anderen Modulen und Kursen	Sozialpsychologie, Allgemeine Psychologie
Bemerkungen	

LEGENDE

*Level *Studienniveau	B Basic level (Modul zur Einführung in das Basiswissen eines Gebiets) I Intermediate level (Modul zur Vertiefung der Basiskenntnisse) A Advanced level (Modul zur Förderung und Verstärkung der Fachkompetenz) S Specialised level (Modul zum Aufbau von Kenntnissen und Erfahrungen in einem Spezialgebiet)
*Type * Typus	C Core course/Pflichtmodule (Kerngebiet eines Studienprogramms) R Related course/Wahlpflichtmodule (Unterstützung des Kerngebiets mit Vermittlung von Vor- oder Zusatzkenntnissen) M Minor course/Wahlmodule (Ergänzungskurs/-modul)

Dezember 2021/tv