

KURSBESCHREIBUNG	Consumer Behaviour
Code	05010001.EN/17
Fachbereich(e)	Angewandte Psychologie
Studiengang /-gänge	Angewandte Psychologie
Vertiefungsrichtung(en)	Wirtschaftspsychologie
Art des Studiengangs	Bachelor
Studienniveau (Erklärung am Ende)	<input type="checkbox"/> Basic <input checked="" type="checkbox"/> Intermediate <input type="checkbox"/> Advanced <input type="checkbox"/> Specialised
Typus (Erklärung am Ende)	<input checked="" type="checkbox"/> Pflichtmodul <input type="checkbox"/> Wahlpflicht <input type="checkbox"/> Wahlmodul
ECTS-Credits	6
Kontaktlektionen ¹	48 Lektionen
Gesamtarbeitsaufwand in Stunden (Kontaktstudium, angeleitetes und individuelles Selbststudium)	180 Stunden (36 h Kontaktunterricht (48 Kontaktlektionen), 30 h Literaturstudium, 20 h Unterrichtsvor- und -nachbereitung, 40 h Vorbereitung Leistungsnachweis Gruppenarbeit, 54 h Prüfungsvorbereitung (inkl. schriftliche Prüfung).
Verantwortliche Ansprechperson	Dorothea Schaffner
Telefon/E-Mail	dorothea.schaffner@fhnw.ch
Lernziele/Kompetenzen	<p>Knowledge and expertise (Fach- und Methodenkompetenz): Students...</p> <ul style="list-style-type: none"> • understand and are able to describe external influences on consumer behavior. • are able to use their knowledge on internal processes to explain external influences on consumer behavior. • learn how to enhance marketing and business approaches with psychological foundations. • are able to explain how and why tools used as part of the marketing mix influence consumers based on psychological concepts. • know how to design the marketing mix tools in order to address consumers' needs based on the models and concepts of consumer behavior. <small>[L] [SEP]</small> • understand current issues and future trends in consumer behavior from a psychological perspective. <p>Personal and social competence (Selbstkompetenz):</p> <ul style="list-style-type: none"> • Students are able to explain the theories and their applications and to expand their knowledge beyond that. <small>[L] [SEP]</small> • Students know how to complete assignments, apply the covered content and present their results to others comprehensively. <small>[L] [SEP]</small> • Based on the knowledge gained in the course, students are capable of reflecting upon their own behavior as a consumer. <small>[L] [SEP]</small>

¹ Total der Einzelektionen

Lerninhalte	<p>External influences on consumer behavior:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Social influences (groups, families, etc.) • Cultural influences • Persuasion and media effects <p>Applications in marketing and communication:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Brand management • Promotion and advertising • Product development and innovations • Consumer satisfaction and loyalty • Word-of-mouth and social media <p>Current issues in consumer behaviour:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Consumer health behaviour • Environmental consumer behaviour • Mobility and consumer behaviour • Consumer trends 																					
Lehr- und Lernmethoden	<p>Lectures Individual and group assignments Self study Student presentations</p>																					
Unterrichtssprache	<p>Englisch</p>																					
Unterrichtsverlauf	<p>Combination of traditional lectures with individual and group assignments, student presentations.</p>																					
Leistungsbewertung	<p>Group assignment (presentations will take place during the contact lessons) (40% of final grade) Written exam (60% of final grade) *</p>																					
Notenskala	<table border="1" data-bbox="663 1308 1075 1693"> <thead> <tr> <th><i>In Ziffern</i></th> <th><i>In Worten</i></th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>6</td> <td>hervorragend</td> </tr> <tr> <td>5.5</td> <td>sehr gut</td> </tr> <tr> <td>5</td> <td>gut</td> </tr> <tr> <td>4.5</td> <td>befriedigend</td> </tr> <tr> <td>4</td> <td>ausreichend</td> </tr> <tr> <td>3.5</td> <td rowspan="2">nicht ausreichend</td> </tr> <tr> <td>3</td> </tr> <tr> <td>2.5</td> <td rowspan="2">schlecht</td> </tr> <tr> <td>2</td> </tr> <tr> <td>1.5</td> <td rowspan="2">sehr schlecht</td> </tr> <tr> <td>1</td> </tr> </tbody> </table>	<i>In Ziffern</i>	<i>In Worten</i>	6	hervorragend	5.5	sehr gut	5	gut	4.5	befriedigend	4	ausreichend	3.5	nicht ausreichend	3	2.5	schlecht	2	1.5	sehr schlecht	1
<i>In Ziffern</i>	<i>In Worten</i>																					
6	hervorragend																					
5.5	sehr gut																					
5	gut																					
4.5	befriedigend																					
4	ausreichend																					
3.5	nicht ausreichend																					
3																						
2.5	schlecht																					
2																						
1.5	sehr schlecht																					
1																						
Bibliographie	<p>Solomon, M. R. (2015). Consumer behavior: buying, having, and being. Boston: Pearson.</p> <p>East, R., Singh, J., Wright, M., & Vanhuele, M. (2017). Consumer behaviour: applications in marketing. Sage.</p> <p>Szmigin, I., & Piacentini, M. (2015). Consumer behaviour. Oxford University Press, USA.</p>																					

Erforderliche Vorkenntnisse: Modul(e) – Kurs(e)	Introduction to Economic and Consumer Psychology
Anschlussmodul(e) /-kurs(e)	-
Schnittstellen zu anderen Modulen und Kursen	Allgemeine Psychologie, Sozialpsychologie Methods of Market Research, Product Development
Bemerkungen	This module incorporates many applied and interactive elements and students are required to participate actively.

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)

*Wenn Teilnachweise im Modul verlangt werden, muss angegeben werden, wie die Gesamtnote / Endnote entsteht.

Juli 2020/ds