



Kursplan för:

## **Företagsekonomi AV, Konsumentbeteende, 7,5 hp**

Business Administration Ma, Consumer Behavior, 7,5 Credits

### **Allmänna data om kursen**

<b>Kurskod</b>	FÖ010A
<b>Ämne/huvudområde</b>	Företagsekonomi
<b>Nivå</b>	Avancerad
<b>Inriktning (namn)</b>	Konsumentbeteende
<b>Högskolepoäng</b>	7.5
<b>Fördjupning vs. Examen</b>	A1N , Kursen ligger på avancerad nivå och har endast kurs(er) på grundnivå som förkunskapskrav.
<b>Utbildningsområde</b>	Samhällsvetenskap 100%
<b>Ansvarig avdelning</b>	Avdelningen för ekonomivetenskap och juridik
<b>Inrättad</b>	2008-04-01
<b>Fastställd</b>	2009-05-05
<b>Senast reviderad</b>	2015-04-02
<b>Giltig fr.o.m</b>	2015-08-15

### **Syfte**

Kursen syftar till att ge fördjupade kunskaper om konsumenters beteende i olika situationer och dess implikationer på företagets marknadsföring på strategisk och taktisk nivå.

## Lärandemål

Efter avslutad kurs ska studenten:

- ha allmän kännedom om centrala teorier och modeller gällande konsumentbeteende.
- kunna använda verktyg och begrepp inom området för att analysera olika konsumenter samt köp- och konsumtionssituationer.
- kunna identifiera vilka implikationer olika konsumenter samt köp- och konsumtionssituationer har på företagens marknadsföring.

## Innehåll

I kursen behandlas konsumentbeteende både på makro och mikronivå (dvs både det psykologiska och sociologiska perspektivet). Kursen tar sin utgångspunkt i att konsumentbeteende påverkar både vår teoretiska förståelse av marknadsföring och dess tillämpning i praktiken. Exempel på frågor som behandlas i kursen är; varför vi köper; hur vi söker information och fattar köpbeslut; hur kulturella och andra sociala aspekter påverkar oss som konsumenter; samt etiska frågor och negativa aspekter i dagens konsumtionssamhälle. Dessutom finns i kursen en tydlig koppling till vilka effekter olika dimensioner av konsumentbeteende har på företagets marknadsföringsstrategier.

## Behörighet

Kandidatexamen med 90 hp i huvudområdet företagsekonomi eller motsvarande studier.

## Urvalsregler

Urval sker i enlighet med Högskoleförordningen och den lokala antagningsordningen.

## Undervisning

Undervisningen består av föreläsningar och seminarier där kurslitteraturen presenteras, analyseras och diskuteras. Gästföreläsningar kan förekomma. Obligatorisk närvaro vid seminarier. Kursen ges på engelska.

## Examination

Kursen examineras genom skriftlig tentamen och inlämningsuppgifter.

Betygskriterier: se ämnesspecifika betygskriterier, [www.miun.se/betygskriterier](http://www.miun.se/betygskriterier)

## Begränsning av examination

Studenter antagna till tidigare version av kursen har rätt att examinera 3 gånger inom loppet av 1 år enligt den kursplanen. Därefter överförs studenterna till denna kursplan.

## Betygsskala

På kursen ges något av betygen A, B, C, D, E, Fx och F. A - E är Godkänt, Fx och F är underkänt.

## Litteratur

### Obligatorisk litteratur

**Författare/red:** av Evans, M., Jamal, A. and Foxall, G.

**Titel:** Consmer Behaviour

**Upplaga:** 2009 (second edition)

**Förlag:** Wiley & Com

Scientific articles and other written texts will be added.

Vetenskapliga artiklar samt annat utdelat material tillkommer.

## Övrig information

Kursen ingår i Magisterprogrammet Marknadsföring och Management, 60 hp (SFMMA)