



Kursplan för:

Företagsekonomi AV, Konsumentbeteende, 7,5 hp

Business Administration Ma, Consumer Behavior, 7,5 Credits

Allmänna data om kursen

Kurskod	FÖ010A
Ämne/huvudområde	Företagsekonomi
Nivå	Avancerad
Inriktning (namn)	Konsumentbeteende
Högskolepoäng	7.5
Fördjupning vs. Examen	A1N , Kursen ligger på avancerad nivå och har endast kurs(er) på grundnivå som förkunskapskrav.
Utbildningsområde	Samhällsvetenskap 100%
Ansvarig institution	Ekonomi, geografi, juridik och turism
Inrättad	2008-04-01
Fastställd	2009-05-05
Senast reviderad	2020-05-26
Giltig fr.o.m	2020-08-15

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 företagets 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

Campuskurs:

Undervisningen kan bestå av fysiska och digitala föreläsningar, gästföreläsningar, seminarier, olika former av övningar och näringslivsinslag samt utlagt material. Vid seminarier och näringslivsinslag gäller obligatorisk närvaro (vid eventuell frånvaro ges skriftlig kompletteringsuppgift). Undervisningsspråk kan vara svenska eller engelska.

Distanskurs:

Undervisningen kan bestå av digitala föreläsningar, digitala seminarier, utlagt material, någon form av näringslivsinslag och kommunikation i ett nätbaserat undervisningsprogram. Eventuella fysiska träffar är inte obligatoriska, förutom i de fall en skriftlig individuell salstentamen förekommer. Vid digitala seminarier gäller obligatorisk närvaro (vid eventuell frånvaro ges skriftlig kompletteringsuppgift). Tillgång till dator med internetuppkoppling krävs för fullgörande av de i kursen ingående uppgifterna. Undervisningsspråk kan vara svenska eller engelska.

Eget studentansvar: Studenten ansvarar själv för sitt eget lärande och förväntas självständigt söka information samt ta eget ansvar i såväl enskilda som gemensamma arbeten.

Begränsning av undervisningen: Lärarledd undervisning samt stöd från kursansvarig lärare erbjuds endast i samband med det kurstillfälle då studenten antas till kursen.

Examination

4000: Individuell skriftlig tentamen - , 4.5 hp

Betygsskala: 7-gradig betygsskala. A-F o Fx.

4001: Skriftlig inlämningsuppgift 1 (inklusive seminariedeltagande) - , 1.0 hp

Betygsskala: U, G

4002: Skriftlig inlämningsuppgift 2 (inklusive seminariedeltagande) - , 2.0 hp

Betygsskala: 7-gradig betygsskala. A-F o Fx.

4003: Näringslivsinslag - Praktisk tillämpning, 0.0 hp

Betygsskala: U, G

Vid hemtentamen eller skriftlig inlämningsuppgift kan en kompletterande muntlig redovisning begäras av läraren för att studenten ska visa erforderliga kunskaper. Detta för att säkerställa att studenten är den faktiska avsändaren och författaren av det skriftliga arbetet.

Om en student har ett beslut från samordnaren vid Mittuniversitetet om pedagogiskt stöd vid funktionsnedsättning, har examinator rätt att ge anpassad examination för studenten.

Länk till ämnesspecifika betygskriterier: www.miun.se/betygskriterier.

Begränsning av examination

Studenter registrerade på denna version av kursplan har rätt att examineras 3 gånger inom loppet av 1 år enligt angivna examinationsformer. Därefter gäller examinationsform enligt senast gällande version av 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.

Övrig information

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

Litteratur

Obligatorisk litteratur

Författare/red: Evans, M., Jamal, A. and Foxall, G.
Titel: Consumer Behaviour
Upplaga: 2009 (second edition)
Förlag: Wiley & Com

Scientific articles and other written texts will be added.

Vetenskapliga artiklar samt annat utdelat material tillkommer.