

Vak: Consumentengedrag

credits: 2

Vakcode	CELH0CON
Naam	Consumentengedrag
Studiejaar	2020-2021
ECTS credits	2
Taal	Nederlands
Coördinator	S.M. Feenstra

Werkvormen	Hoorcollege
Toetsen	Consumentengedrag - Schriftelijk, organisatie tentamenbureau

Leeruitkomsten

Opleidingscompetenties:

- **KOERS BEPALEN;** De CE'er zet de commerciële koers uit. Dit doet hij op basis van zijn visie, de kansen die hij in de markt ziet en het duurzame concurrentievoordeel van de organisatie waarin hij werkzaam is. Omdat hij niet in een vacuüm werkt is de CE'er een bruggenbouwer die zowel kennis als mensen verbindt.
- **WAARDE CREËREN ;** De CE'er geeft invulling aan de commerciële koers door duurzame waarde te creëren voor zowel de klant, de organisatie en de maatschappij. Dit doet hij op basis van analyse van data en onderzoek, gericht op het meten van het daadwerkelijk gedrag van de klant. Hij weet deze analyse te vertalen naar een aanpak.
- **BUSINESS DEVELOPMENT;** De CE'er ontwerpt in co-creatie met stakeholders onderscheidende en/of vernieuwende concepten en verdienmodellen voor de optimalisatie van waarde voor alle relevante stakeholders. Hij anticipeert op en/of initieert veranderingen en verkrijgt draagvlak van de stakeholders gedurende het ontwikkelproces.
- **REALISEREN;** De CE'er realiseert vanuit het ontwikkelde concept een duurzaam commercieel (deel)product of dienst voor bestaande- en potentiële stakeholders. De CE'er draagt creatieve oplossingen aan, faciliteert (onderdelen van) het uitvoeringsproces toont doorzettingsvermogen en neemt (financiële) verantwoordelijkheid om samen met interne- en externe partijen tot het gewenste commerciële resultaat te komen. Tijdens de realisatie draagt hij zorg voor het commitment van stakeholders.

21st-century skills:

- Creativiteit
- Samenwerken
- Initiatief
- Doorzettingsvermogen
- Aanpassingsvermogen
- Communicatief
- Verantwoordelijkheidsbesef
- Commercieel bewustzijn
- Leiderschap
- Nieuwsgierigheid
- Kritisch denken

Leeruitkomsten:

De student kan:

- definities en omschrijvingen geven van begrippen en concepten uit het gebied Consumentengedrag. Bijvoorbeeld rond de begrippen perceptie, sensatie, drempels in de waarneming, selectieve waarneming, exposure, aandacht, interpretatie, motivatoren, motivatieconflicten en hun oplossing, behoeften, verlangens, drijfveren, waarden, attitudes en de problemen rond consistentie, besluitvorming en heuristiek, lifestyle, segmentaties op basis van lifestyle en internationale verschillen in lifestyle en waarden;
- causale verbanden aangeven tussen en binnen deze begrippen en concepten; aangeven op welke wijze ze worden gemeten;
- een eenvoudig praktijk-probleem analyseren met de geleerde concepten, oplossingen voorstellen en oplossingen van anderen

Inhoud

Niveau:

Inleidend

Inhoud:

Voor een marketeer is inzicht in het gedrag van consumenten belangrijk. Wat vinden consumenten ergens van, waarom kopen ze wel of niet producten, en op grond van wat eigenlijk? Emoties spelen daarbij een grote rol. Zo houden consumenten wel van keuze, maar niet van een té grote keuze: die leidt tot *keuzestress*, de angst dat men het verkeerde product kiest. Sommige consumenten kopen dan maar liever helemaal niets.

In dit vak gaan we in op het gedrag van de consument. Aan de hand van theorie, aangevuld met praktijkvoorbeelden, krijgen de studenten inzicht in consumentengedrag. De studenten leren om die theorie toe te passen op praktijksituaties.

Studiemateriaal:

Voor de meest recente informatie zie de boekenlijst op de blackboard site van CE-du of de blackboard course.

(aan de hand van een praktijk-case) beoordelen en een eventuele betere oplossing voorstellen.

Opgenomen in opleiding(en)

Commerciële Economie Duaal Bachelor

School(s)

School voor Marketing Management en Financieel Economisch Management

share your talent. move the world.

De ECTS onderwijscatalogus van de Hanzehogeschool Groningen wordt met de grootst mogelijke zorg samengesteld. Het is echter mogelijk dat de inhoud van de catalogus -en de daarin vervatte informatie- verouderd, incompleet of onjuist is. Aan de inhoud van de catalogus kunnen dan ook geen rechten worden ontleend.