Vak: Consumentengedrag — credits: 5

Vakcode	ORVB21CSG
Naam	Consumentengedrag
Studiejaar	2025-2026
ECTS credits	5
Taal	Nederlands
Coördinator	P. Markandu
Werkvormen	Practicum / Training Zelfstudie
Toetsen	Consumentengedrag - Computer, organisatie ToetsCentrum

Leeruitkomsten

Competenties:

- Innoveren: initieert nieuwe ideeën, realiseert op creatieve wijze vernieuwingen en benut daarbij de mogelijkheden op het gebied van technologie.
- Waardecreatie: creëert duurzame en commerciële waarde gericht op de wensen en behoeften van klanten en overige stakeholders. Hij doet dat op basis van ontwikkelingen in de (inter)nationale omgeving.
- Resultaatgericht handelen: toont verantwoordelijkheid en doorzettingsvermogen en neemt besluiten om de beoogde resultaten te bereiken. Hij past zich daarbij gemakkelijk aan veranderende omstandigheden aan en durft risico's te nemen.
- Leiderschap: straalt passie en beleving uit, pakt de regie in teamverband en mobiliseert anderen vanuit de waarden en de cultuur van de onderneming.
- Managen & Organiseren: geeft vorm en inhoud aan de bedrijfsvoering en zet hierbij de klant centraal.
- Samenwerken & Netwerken: levert in groepsverband een actieve en inhoudelijk bijdrage aan de beoogde resultaten en het groepsproces. Hij bouwt een netwerk van relaties op.
- Onderzoekend vermogen: toont in zijn werkwijze een nieuwsgierige en kritische houding. Hij hanteert een passende onderzoeksaanpak die resulteert in bruikbare resultaten.
- Analytisch vermogen: analyseert situaties en data op systematische wijze. Hij stuurt op prestatie-indicatoren.
- Lerend vermogen: ontwikkelt zichzelf persoonlijk en professioneel door visie, reflectie en feedback.
- Communiceren: communiceert overtuigend en kan dit in tenminste één vreemde taal. Hij benut op effectieve wijze diverse communicatiemiddelen afgestemd op de doelgroep

Leeruitkomsten:

De student:
weet hoe het beslissingsproces van consumenten loopt;

- kent de factoren die van invloed zijn op keuzes van consumenten;
- kan de belangrijkste modellen en theorieën uit de consumentenpsychologie toepassen op producten en diensten;
- weet hoe je gedrag van consumenten moet onderzoeken;
- is op de hoogte van een aantal belangrijke, actuele trends in consumentengedrag.

Inhoud

Niveau:

Verdiepend

Inhoud:

De kern van marketing als cultuur in een organisatie is om een focus te hebben op klanten. Klantgerichtheid dus. Er wordt ook wel eens gezegd dat marketing de enige functie in een onderneming is die 'naar buiten kijkt'. De eerste concrete stap in marketing moet dus altijd zijn om erachter te komen wat klanten willen en wat hen 'beweegt' en motiveert. Zodat jij met je organisatie de klant echt tevreden kunt stellen.
In dit vak leer je hoe en waarom mensen keuzes maken, en ook hoe ze producten en diensten beoordelen. Wij zijn allemaal consumenten maar we hebben vaak foute gedachten over hoe wij zelf keuzes maken.
In dit vak leer je de belangrijkste theorieën en modellen over consumentengedrag waarmee je consumentengedrag beter leert begrijpen en voorspellen. Je zult zien dat het wel wat van psychologie weg heeft. Dat klopt ook: onderzoekers naar consumentengedrag zijn vaak psychologen. Ook staan we stil bij enkele trends in consumentengedrag zoals duurzaam consumptiegedrag en de rol van emotie.

Studiemateriaal:

Voor de meest recente informatie zie de boekenlijst op intranet of Brightspace.

Instapvoorwaarden:

Verplicht onderdeel voor studenten opleiding/major ORM

Kosten:

Zie de boekenlijst op intranet.

Opgenomen in opleiding(en)

Ondernemerschap & Retail Management

School(s)

Instituut voor Business, Marketing en Finance

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.