



GRADUATE SCHOOL

GM1115 Perspektiv på konsumentval-beteende, 7,5 högskolepoäng

Perspectives of consumer choice behavior, 7.5 credits

Avancerad nivå / Second Cycle

Fastställande

Kursplanen är fastställd av Handelshögskolans fakultetsnämnd 2016-04-29 och senast reviderad 2018-05-28 av Graduate School. Den reviderade kursplanen gäller från och med 2018-09-03, höstterminen 2018.

Utbildningsområde: Samhällsvetenskapligt 100 %

Ansvarig institution: Graduate School

Inplacering

Kursen Perspectives on Consumer Choice Behavior är en valbar kurs på masterprogrammet Marketing and Consumption på handelshögskolan vid Göteborgs universitet. Dess uppbyggnad gör att den är av intresse även för studenter på andra masterprogram.

Huvudområde

Marketing and Consumption

Fördjupning

A1N, Avancerad nivå, har endast kurs/er på grundnivå som förkunskapskrav

Förkunskapskrav

För tillträde till kursen GM1115 Perspektiv på konsumentval-beteende måste deltagaren uppfylla minst förkunskapskraven för Master of Science in Marketing and consumption. För programspecifika förkunskapskrav, se utbildningsplan.

Lärandemål

Efter godkänd kurs ska studenten kunna:

1. förstå och värdera relevanta teoretiska begrepp, ramar, och modeller relaterade till konsumentbeteende
2. tillämpa och kommunicera denna förståelse i ett kursprojekt

Innehåll

Perspectives on Consumer Choice Behavior är en kurs som syftar till teoretisera kring konsumenter och deras val och beteenden i olika sammanhang.

Kursens rötter återfinns inom den psykologiskt orienterade teoribildningen med inriktning mot konsumentbeteende. Med avstamp i detta övergripande perspektiv avser kursen att presentera och diskutera olika sätt att se på konsumenters beteende. De stora huvuddragen är:

- kognitivt beslutsfattande representerat av teorier kring informationsprocesser,
 - affektivt baserade infallsvinklar, inkluderande betydelsen av emotioner på konsumenters beslutsfattande
 - hur designen av den underliggande valsituationen kan påverka konsumenters beslut.
- Dessa huvuddrag, som många gånger spänner över flera teoretiska discipliner representerar olika sätt att förstå konsumenten i hennes roll som beslutsfattare.

Kursen fördjupar studenternas generella kunskaper i konsumentbeteende. Dessa kunskaper är värdefulla verktyg i de utmaningar studenterna framgent kan tänkas stå inför som marknadsförare eller i mer generella ledarroller. Kursen ger också studenten insikter viktiga för att reflektera över sina egna val och sitt eget beteende som konsument.

Former för undervisning

Huvuddelen av undervisningen sker genom seminarier på olika teman, seminarierna föregås av skriftliga rapportinlämningar. Traditionella föreläsningar förekommer även.

Undervisningsspråk: engelska

Former för bedömning

Lärandemål 1 examineras genom skriftliga rapporter inför några av seminarierna samt genom aktivt deltagande i diskussioner

Lärandemål 2 examineras genom redovisning av kursprojekt

Om student som underkänts två gånger på samma examinerande moment önskar byte av examinator inför nästa examinationstillfälle, ska sådan begäran inlämnas skriftligt till kursansvarig institution och bifallas om det inte finns särskilda skäl däremot (HF 6 kap § 22).

I det fall en kurs har upphört eller genomgått en större förändring bör studenten i normalfallet garanteras tillgång till minst tre provtillfällen (inklusive ordinarie provtillfälle) under en tid av åtminstone ett år med utgångspunkt i kursens tidigare uppläggning.

Studenter som har examinerats och underkänts fem gånger har förlorat möjligheten att erhålla en Master of Science-examen från Graduate School.

Betyg

På kursen ges något av betygen Väl godkänd (VG), Godkänd (G) och Underkänd (U). Betygsgraderna som används är Väl Godkänd (VG), Godkänd (G) eller Underkänd (U). För godkänd på kursen krävs G på alla skriftliga kommentarer och på kursprojektet. För betyget VG på hela kursen, krävs VG på flertalet skriftliga kommentarer och på kursprojektet.

Kursvärdering

Vid kursens slut genomförs en kursvärdering.

Resultatet och eventuella förändringar i kursens upplägg ska förmedlas både till de studenter som genomförde värderingen och till de studenter som ska påbörja kursen.