



GRADUATE SCHOOL

GM1135 Perspektiv på konsumenters beslutsfattande, 7,5 högskolepoäng

Perspectives of consumer choice behavior, 7.5 credits

Avancerad nivå / Second Cycle

Fastställande

Kursplanen är fastställd av Graduate School 2022-03-18 att gälla från och med 2022-08-29, höstterminen 2022.

Utbildningsområde: Samhällsvetenskapligt 100 %

Ansvarig institution: Graduate School

Inplacering

Kursen Perspektiv på konsumenters beslutsfattande är en kurs inom masterprogrammen på Graduate School, Handelshögskolan vid Göteborgs universitet.

Huvudområde

Marketing and Consumption

Fördjupning

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

Förkunskapskrav

För att vara behörig till kursen Perspektiv på konsumenters beslutsfattande måste deltagaren uppfylla förkunskapskraven för ett av masterprogrammen på Graduate School.

Lärandemål

Efter godkänd kurs ska studenten kunna

Kunskap och förståelse

1. förstå och utvärdera relevanta teoretiska begrepp, ramverk och modeller som relaterar till konsumenters beslutsfattande

Färdigheter och förmåga

2.1 självständigt tillämpa centrala begrepp från litteraturen inom beslutsfattande för att analysera konsumentbeteende på marknaden

2.2 designa ett experiment inom ett ämne relaterat till konsumenters beslutsfattande

Värderingsförmåga och förhållningssätt

3. utvärdera och kritiskt reflektera över akademisk litteratur inom konsumenters beslutsfattande.

Innehåll

Perspektiv på konsumenters beslutsfattande är en kurs som syftar till att teoretisera kring konsumenter och deras val och beteenden på marknaden.

Kursen är förankrad i teorier som utvecklats inom konsumentpsykologin. Med avstamp i detta perspektiv avser kursen att presentera och diskutera olika sätt att se på konsumenters beslutsfattande. De stora huvuddragen är

- kognitivt beslutsfattande representerat av teorier kring informationsprocesser
- affektivt baserade infallsvinklar, inklusive betydelsen av emotioner avseende konsumenters beslutsfattande
- utformning av valsituationen och dess påverkan på konsumenters beslut.

Dessa, ofta tvärvetenskapliga delarna av kursen representerar olika sätt att förstå konsumenten i sin roll som beslutsfattare.

Kursen fördjupar studenternas generella kunskaper om konsumentbeteende. Vidare betonas de experimentella metoderna som medel för forskning inom detta teoretiska område. Dessa kunskaper är värdefulla verktyg för många olika marknadsföringsproblem. Det ger även studenten en inblick i sitt eget valbeteende på marknaden.

Former för undervisning

Undervisningen består av föreläsningar och seminarier/workshops och handledning.

Undervisningsspråk: engelska

Former för bedömning

Lärandemål 1, 2.1 och 3 bedöms genom skriftliga individuella uppgifter, aktivt deltagande i seminarier, en gruppuppgift med tillhörande presentation.

Lärandemål 2.2 bedöms genom en skriftlig individuell dugga samt en gruppuppgift.

Aktivt deltagande i seminarier är obligatoriskt. Om den kursansvariga läraren samtycker att anledningen till frånvaro eller utebliven inlämning av obligatoriska moment är giltig, kan de saknade momenten ersättas med alternativa uppgifter.

De enskilda uppgifterna ska skrivas individuellt; samarbete i formulering av texter, tabeller, figurer etc. är således inte tillåtet.

En underkänd uppgift och/eller grupparbete kan kompletteras till ett godkänt betyg.

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

Om student fått rekommendation från Göteborgs universitet om särskilt pedagogiskt stöd kan examinator, i det fall det är förenligt med kursens mål och förutsatt att inte orimliga resurser krävs, besluta att ge studenten en anpassad examination eller alternativ examinationsform.

I det fall en kurs har upphört eller genomgått större förändringar ska student garanteras minst tre examinationstillfällen (inklusive ordinarie examinationstillfälle) under en tid av minst ett år, dock som längst två år efter det att kursen upphört/förändrats.

Antalet examinationstillfällen är begränsat till fem.

Betyg

På kursen ges något av betygen Utmärkt (A), Mycket bra (B), Bra (C), Tillfredställande (D), Tillräcklig (E) och Underkänd (F).

Betyget (A-E) baseras på den totala poängen en student uppnår på den skriftliga duggan, de skriftliga individuella uppgifterna samt gruppuppgiften. Seminariedeltagandet och presentationerna bedöms utifrån godkänd/underkänd. För att få ett godkänt betyg (A-E) krävs $\geq 50\%$ av poängen. Skalan har fasta intervaller:

A: 85-100%

B: 75-84%

C: 68-74%

D: 60-67%

E: 50-59%

F: <50%

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.