

Consumentenpsychologie (H002031)

Cursusomvang (nominale waarden; effectieve waarden kunnen verschillen per opleiding)

Studiepunten 4.0

Studietijd 120 u

Aanbodsessies en werkvormen in academiejaar 2024-2025

A (semester 2)

Nederlands

Gent

zelfstandig werk

0.0u

hoorcollege

werkcollege

groepswork

Lesgevers in academiejaar 2024-2025

Vlerick, Peter

PP09

Verantwoordelijk lesgever

Aangeboden in onderstaande opleidingen in 2024-2025

Master of Science in de psychologie (afstudeerrichting bedrijfspsychologie en personeelsbeleid)

stptn

4

aanbodssessie

A

Onderwijstalen

Nederlands

Trefwoorden

consumentengedrag

Situering

Masters in de Bedrijfspsychologie en Personeelsbeleid worden tewerkgesteld in diverse bedrijfssectoren en functies. Door hun wetenschappelijke kennis en professioneel handelen dragen ze niet alleen bij tot het bevorderen van gezondheid, welzijn en gedrag van werknemers en hun interne klanten binnen organisaties, doch veelal ook tot het gedrag en psychologisch welzijn van mensen buiten bedrijven, zoals externe klanten en consumenten.

In de verdiepende cursus 'Consumentenpsychologie' verwerven studenten inzicht in het besluitvormingsproces en het gedrag van de consument ten aanzien van een variëteit aan producten en diensten.

Implicaties van kennis over het consumentengedrag voor het wetenschappelijk onderzoek en het organisatiebeleid worden behandeld en geïllustreerd met praktijkvoorbeelden en empirische onderzoeksbevindingen. Tenslotte worden enkele psychologische technieken ter beïnvloeding van het consumentengedrag besproken.

Inhoud

In dit opleidingsonderdeel komen volgende onderwerpen aan bod :

Deel 1 Besluitvorming van de consument

1. Pre-aankoop processen : behoefte-erkenning, zoeken en evaluatie

2. Aankoop

3. Post-aankoop processen : consumptie, post-consumptie evaluatie en 'divestment'

Deel 2 Beïnvloeden van het consumentengedrag

4. Contact maken

5. Opinies vormen

6. Helpen herinneren

Deel 3 Capita selecta uit actualiteit

7. Innovaties: adoptie, weerstand en diffusie

8. Symbolisch consumentengedrag
9. Consumentisme en ethische verantwoordelijkheid

Begincompetenties

Dit opleidingsonderdeel bouwt verder op de cursussen 'Marktonderzoek' (uit het programma Bachelor of Science in de Psychologie, afstudeerrichting Bedrijfspsychologie en Personeelsbeleid) en 'Strategic Marketing' (uit het programma Master of Science in de Psychologie, afstudeerrichting Bedrijfspsychologie en Personeelsbeleid).

Eindcompetenties

- 1 Kennis en inzicht hebben in de complexiteit van het besluitvormingsproces en het gedrag van de consument.
- 2 Kennis en inzicht hebben over de implicaties van consumentpsychologische kennis voor verder wetenschappelijk onderzoek, organisatiebeleid en samenleving.
- 3 Consumentpsychologische problemen kunnen analyseren.
- 4 Aanbevelingen kunnen formuleren inzake beïnvloeding van het consumentengedrag.
- 5 Schriftelijk en mondeling kunnen communiceren over consumentpsychologische problemen en oplossingen.

Creditcontractvoorwaarde

Toelating tot dit opleidingsonderdeel via creditcontract is mogelijk na gunstige beoordeling van de competenties

Examencontractvoorwaarde

Dit opleidingsonderdeel kan niet via examencontract gevolgd worden

Didactische werkvormen

Groepswerk, Werkcollege, Hoorcollege, Zelfstandig werk

Toelichtingen bij de didactische werkvormen

Dit opleidingsonderdeel gaat uit van verantwoord gebruik van generatieve artificiële intelligentie (GAI). Tijdens de lessenreeks wordt toegelicht wat hieronder verstaan wordt.

Studiemateriaal

Type: Slides

Naam: slides Hoorcolleges
Richtprijs: Gratis of betaald door opleiding
Optioneel: nee
Taal : Engels
Beschikbaar op Ufora : Ja
Online beschikbaar : Nee
Beschikbaar in de bibliotheek : Nee
Beschikbaar via studentenvereniging : Nee

Type: Reader

Naam: Wetenschappelijke artikels en boekhoofdstukken
Richtprijs: Gratis of betaald door opleiding
Optioneel: nee
Taal : Engels
Beschikbaar op Ufora : Ja
Online beschikbaar : Nee
Beschikbaar in de bibliotheek : Nee
Beschikbaar via studentenvereniging : Nee
Bijkomende info: Een selectie van wetenschappelijke artikels en boekhoofdstukken wordt gemaakt.

Type: Andere

Naam: Kennisclips en videotraining
Richtprijs: Gratis of betaald door opleiding
Optioneel: nee
Taal : Nederlands
Beschikbaar op Ufora : Ja
Online beschikbaar : Nee
Beschikbaar in de bibliotheek : Nee

Beschikbaar via studentenvereniging : Nee
Gebruik en levensduur binnen het opleidingsonderdeel : intensief
Gebruik en levensduur binnen de opleiding : regelmatig
Gebruik en levensduur na de opleiding : af en toe

Referenties

Blackwell, R.D., Miniard, P.W., & Engel, J.F. (2006). Consumer Behavior, tenth international student edition. Thomson South-Western.
Hoyer, W., MacInnis, D., & Pieters, R. (2018). Consumer Behavior, 7th edition. Cengage Learning.
Jansson-Boyd, C. (2010). Consumer Psychology. McGraw-Hill: Open University Press.
Kardes, F., Cline, T., & Cronley, M. (2015). Consumer Behavior, second edition. Cengage Learning.
Solomon, M., Hogg, M., Askegaard, S., & Bamossy, G. (2019). Consumer Behaviour: A European Perspective, 7th edition. Pearson Education.

Vakinhoudelijke studiebegeleiding

Interactieve ondersteuning via Ufora en op afspraak via email

Evaluatiemomenten

periodegebonden en niet-periodegebonden evaluatie

Evaluatievormen bij periodegebonden evaluatie in de eerste examenperiode

Schriftelijke evaluatie met meerkeuzevragen

Evaluatievormen bij periodegebonden evaluatie in de tweede examenperiode

Schriftelijke evaluatie met meerkeuzevragen

Evaluatievormen bij niet-periodegebonden evaluatie

Participatie, Peer en/of self assessment, Werkstuk

Tweede examenkans in geval van niet-periodegebonden evaluatie

Examen in de tweede examenperiode is niet mogelijk

Eindscoreberekening

Een combinatie van periodegebonden evaluatie (75%) en niet-periodegebonden evaluatie (25%).

Wanneer men niet deelneemt aan de evaluatie van één of meer onderdelen kan men niet meer slagen voor het geheel van het opleidingsonderdeel en wordt het eindcijfer teruggebracht tot het hoogste niet-delibereerbare cijfer (7/20) indien het eindcijfer hoger ligt.

Het eindcijfer is het gewogen gemiddelde van de verschillende onderdelen.

Studenten kunnen voor dit opleidingsonderdeel enkel slagen wanneer ze voor alle onderdelen minimum 10/20 behalen.

Wanneer studenten voor minstens één van de onderdelen minder dan 10/20 behalen dan gelden onderstaande regels:

- Indien men voor minstens één onderdeel van de evaluatie een 8/20 of 9/20 behaalt, kan men niet slagen voor het geheel van het opleidingsonderdeel. Als de eindscore toch een cijfer van 10 of meer op 20 zou zijn, wordt dit teruggebracht tot het hoogste niet-geslaagd cijfer, nl. 9/20.

- Indien men voor minstens één onderdeel van de evaluatie minder dan 8/20 behaalt, kan men niet slagen voor het geheel van het opleidingsonderdeel. Als de eindscore toch een cijfer van 8 of meer op 20 zou zijn, wordt dit teruggebracht tot het hoogste niet-delibereerbare cijfer, nl. 7/20.

De in de eerste zitting behaalde examenscore voor de niet periodegebonden evaluatie wordt overgenomen indien dit opleidingsonderdeel in tweede zitting opnieuw wordt opgenomen in eenzelfde academiejaar.