



## Koopgedrag (F710301)

Wegens Covid19 kan mogelijk afgeweken worden van de onderwijs- en evaluatievormen. Dergelijke afwijkingen zullen via Ufora worden gecommuniceerd.

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

Studiepunten 6.0      Studietijd 180 u      Contacturen 55.0 u

Aanbodsessies en werkvormen in academiejaar 2020-2021

A (semester 1)	Engels	Gent	hoorcollege	20.0 u
			PGO-tutorial	15.0 u
			werkcollege	7.5 u
			werkcollege: geleide oefeningen	12.5 u

Lesgevers in academiejaar 2020-2021

Rigoni, Davide	EB23	Verantwoordelijk lesgever
----------------	------	---------------------------

Aangeboden in onderstaande opleidingen in 2020-2021

	stptn	aanbodsessie
<a href="#">Educatieve Master of Science in de economie (afstudeerrichting handelswetenschappen)</a>	6	A
<a href="#">Master of Science in de handelswetenschappen (afstudeerrichting commercieel beleid)</a>	6	A
<a href="#">Uitwisselingsprogramma Economie en Bedrijfskunde</a>	6	A

Onderwijstalen

Engels

Trefwoorden

Koopgedrag, beslissingsgedrag

Situering

Doelstelling van dit vak is inzicht verwerven in beslissingsgedrag en informatieverwerking van consumenten en onderzoeken welke individuele en contextuele factoren een invloed hebben op koopgedrag. Theoretische concepten worden bediscussieerd, illustraties worden gegeven hoe deze concepten wetenschappelijk worden onderzocht en hoe deze concepten beslissingen door organisaties kan verbeteren.

Inhoud

Beslissingsproces (bv behoefte erkenning, evalueren alternatieven,...)  
 - Informatieverwerkingsproces (bv aandacht, geheugen,...)  
 - Individuele verschillen (bv attitudes, kennis, betrokkenheid, persoonlijkheid, ...)  
 - Omgevingsinvloeden (bv cultuur, persoonlijke invloed, situationele invloed,...)

Begincompetenties

Aan de vereisten van de master voldoen. Kennis van marketing is aanbevolen

Eindcompetenties

- 1 De theoretische kennis van het hoe en het waarom van koopgedrag toelichten
- 2 Koopgedrag op een wetenschappelijke en zelfstandige wijze onderzoeken en analyseren
- 3 De relevante vakliteratuur kritisch hanteren
- 4 Implicaties inzien van verworven kennis over koopgedrag voor wetenschappelijk onderzoek, organisatiebeleid en marketingprogramma's
- 5 Op basis van kennis over het hoe en waarom van koopgedrag marketingprogramma's opstellen en kritisch evalueren
- 6 Eigen inzichten in koopgedrag uitschrijven en presenteren

Creditcontractvoorwaarde

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

#### Examencontractvoorwaarde

Dit opleidingsonderdeel kan niet via examencontract gevolgd worden

#### Didactische werkvormen

Hoorcollege, PGO-tutorial, werkcollege, werkcollege: geleide oefeningen

#### Toelichtingen bij de didactische werkvormen

PGO - studenten werken individueel of in groep aan een opdracht.

#### Leermateriaal

Powerpoint presentaties

Recente domeinspecifieke wetenschappelijk literatuur wordt tijdens de les gegeven.

#### Referenties

#### Vakinhoudelijke studiebegeleiding

Van elke les worden handouts ter beschikking gesteld op Ufora; Voor vragen over theorie en oefeningen kan men terecht bij de docent en assistent.

#### Evaluatiemomenten

periodegebonden en niet-periodegebonden evaluatie

#### Evaluatievormen bij periodegebonden evaluatie in de eerste examenperiode

Schriftelijk examen met open vragen, schriftelijk examen met meerkeuzevragen

#### Evaluatievormen bij periodegebonden evaluatie in de tweede examenperiode

Schriftelijk examen met open vragen, schriftelijk examen met meerkeuzevragen

#### Evaluatievormen bij niet-periodegebonden evaluatie

Participatie, werkstuk

#### Tweede examenkans in geval van niet-periodegebonden evaluatie

Examen in de tweede examenperiode is enkel mogelijk in gewijzigde vorm

#### Toelichtingen bij de evaluatievormen

Tweede zittijd: Afhankelijk van het onderdeel waarop de student niet is geslaagd wordt een examen en/of een werkstuk voorzien.

#### Eindscoreberekening

Periodegebonden evaluatie 75%, niet -periodegebonden evaluatie 25%