

Veranstaltung: Shopper Marketing			
Betreuer	Dauer/Häufigkeit	Art	Credits
Hurth	ein Semester	Wahlpflichtfach	3
Zugangsvoraussetzungen			
Studenten ab 3. Semester, begrenzt auf 20 TeilnehmerInnen aufgrund der interaktiven Teile			
Lernziele			
<p>Das Käuferverhalten im Handel spielt eine große Rolle für den Unternehmenserfolg. Aktuelle Begriffe wie Shopper Insights oder Shopper Research spiegeln das Bedürfnis wieder, mehr über die Beweggründe des Kaufens zu erfahren. Der Handel nutzt die neuen Erkenntnisse für sein Marketing. Im WPF werden die Grundlagen des Konsumentenverhaltens erörtert. Anschließend wird an Beispielen die Anwendung der neuen Erkenntnisse im Handelsmarketing verdeutlicht. Die StudentInnen werden für das Thema sensibilisiert und sollen Anwendungsmöglichkeiten aufgezeigt bekommen.</p>			
Lehrinhalte			
<p>Grundlagen und Begriffe des Konsumentenverhaltens Zusammenhang Psychologie / Marketing Marktpsychologie und Konsumentenforschung</p> <p>Einführung in Psychologische Grundlagen System der psychischen Variablen System der soziologischen Determinanten</p> <p>Preispolitik und Shopper Marketing</p> <p>Sozialtechniken der Werbung</p>			
Lehrmaterial			
<p>Kroeber-Riel, W./Esch, F.-R. (2015): Strategie und Technik der Werbung, 8. Aufl., Stuttgart. Kroeber-Riel, W./Gröppel-Klein, A. (2013): Konsumentenverhalten, 10. Aufl., München. Hurth, J. (2006): Angewandte Handelspsychologie, Stuttgart. Simon, H./Faßnacht, M. (2016): Preismanagement, 4. Aufl., Wiesbaden.</p>			
Dozent(in)	Lehr- und Lernmethoden	Unterrichtssprache	
Hurth	Vorlesung, Literaturstudium, Gruppenarbeiten	Deutsch	
Prüfungsleistung		Besonderes	
Klausur			