

Popis předmětu

Zkratka předmětu:	KOD/KCB	Strana:	1 / 2
Název předmětu:	Consumer Behaviour		
Akademický rok:	2019/2020	Tisknuto:	10.12.2019 04:54

Pracoviště / Zkratka	KOD / KCB			Akademický rok	2019/2020
Název	Consumer Behaviour			Způsob zakončení	Zápočet
Akreditováno/Kredity	Ano, 5 Kred.			Forma zakončení	Kombinovaná
Rozsah hodin	Konzultace 8 [HOD/SEM]			Zápočet před zkouškou	NE
Obs/max	Statut A	Statut B	Statut C	Počítán do průměru	NE
Letní semestr	0 / -	0 / -	0 / -	Min. (B+C) studentů	nestanoveno
Zimní semestr	0 / -	0 / -	2 / -	Opakovaný zápis	NE
Rozvrh	Ano			Vyučovaný semestr	Zimní semestr
Vyučovací jazyk	angličtina			Počet dnů praxe	0
Volně zapisovatelný předmět	Ano				
Hodnotící stupnice	S\N				
Hod. v komb. formě studia					
Automat. uzn. záp. před zk.	Ne				
Periodicita					
Nahrazovaný předmět	KOD/CB				
Vyloučené předměty	Nejsou definovány				
Podmiňující předměty	Nejsou definovány				
Předměty informativně doporučené	Nejsou definovány				
Předměty, které předmět podmiňuje	Nejsou definovány				

Cíle předmětu (anotace):

The knowledge of consumer behaviour enables organizations to improve their marketing strategies and market segmentation. The students will especially understand consumer psychology, the thinking processes and choices of consumers with regard to various products and brands, the influences of environment (media, culture, family, reference groups etc.), the various decision-making processes including bounded rationality and engagement influences. The proper methods of qualitative and quantitative research in the scope of consumer behaviour are involved too.

Požadavky na studenta

Obsah

<https://moodle.ef.jcu.cz/course/view.php?id=965>

Předpoklady - další informace k podmíněnosti studia předmětu

Získané způsobilosti

Studijní opory

Garanti a vyučující

- **Přednášející:** Ing. Jan Šalamoun
- **Cvičící:** Ing. Jan Šalamoun

Literatura

- **Rozšiřující:** Evans, M., Jamal, A., Foxall, G. (2006). *Consumer Behaviour*. Chichester: John Wiley & Sons Ltd.
- **Doporučená:** Cialdini, R. B. (2006). *Influence: the psychology of persuasion (Rev. ed.)*. New York, NY: Collins.
- **Doporučená:** Ariely, D. (2010). *Predictably irrational: the hidden forces that shape our decisions (Rev. and expanded ed., 1. Harper Perennial ed)*. New York, NY: Harper Perennial.
- **Doporučená:** Kotler, P., Armstrong, G., & Wong, V. (2008). *Principles of marketing (5th European ed)*. Upper Saddle River, N.J: Pearson Prentice Hall.

Vyučovací metody

Práce s textem (učebnicí, knihou)
 Písemná práce (např. u souborných zkoušek, klauzur)
 E-learning

Hodnotící metody

Test
 Seminární práce

Předmět je zařazen do studijních programů:

Studijní program	Typ stud.	Forma	Obor	Etapa	V.st.pl.	Rok	Blok	Statut	D.roč.	D.sem.
Ekonomika a management	Navazující	Kombinovaná	Obchodní podnikání	1	1	2019	Blok AB: Spotřební chování	B	1	ZS