

Konsumverhalten und Marktforschung

Wir lernen die inneren und äußeren Einflüsse auf das Verbraucherverhalten, um dieses durch Marketing gezielt beeinflussen zu können. Dabei führen wir Befragungen, Beobachtungen oder Experimente durch, um einen Einblick in den Forschungsgegenstand zu erhalten. Eine Vertiefung der Themen erfolgt durch das Erstellen von Prognosen, durch Analysen in der Marktforschung und durch verschiedene Erklärungsmodelle des Konsumverhaltens. Am Ende des Kurses beschäftigen wir uns mit der Festigung bestehender Kundenbeziehungen.

Studieninhalte

Grundlagen des Konsumverhaltens

- Konsum und Konsumierende
- Ziele der Konsumforschung
- Der Kaufprozess und Kaufentscheidungen
- Arten von Käufen und Kaufentscheidungen
- Markt- und Käufersegmentierung

Determinanten des Konsumverhaltens

- Aktivierende Determinanten
- Persönliche, soziale und kulturelle Determinanten

Kognitive Prozesse

- Informationsaufnahme und -verarbeitung
- Speicherung von Informationen

Modelle zur Untersuchung und Erklärung des Konsumverhaltens

- Totalmodelle
- Partialmodelle

Kundenorientiertes Handeln und Kundenbindung

- Der Wert eines Kunden und Kundenbindung

Marktforschung

- Grundlagen der Marktforschung & Transfer Marketing
- Ziele der Marktforschung
- Quantitative und qualitative Marktforschung
- Prozessphasen der Markt- bzw. Marketingforschung
- Explorativer, deskriptiver, kausaler Forschungsansatz

Daten als Basis der Informationsgewinnung

Methoden der Datenerhebung

- Sekundär- und Primärforschung
- Die Befragung, die Beobachtung, das Experiment, Panels
- Vollerhebung und Teilerhebung von Daten, Stichproben

Design von Fragen in der Primärforschung

Prognosen

Messverfahren und Analyse in der Marktforschung

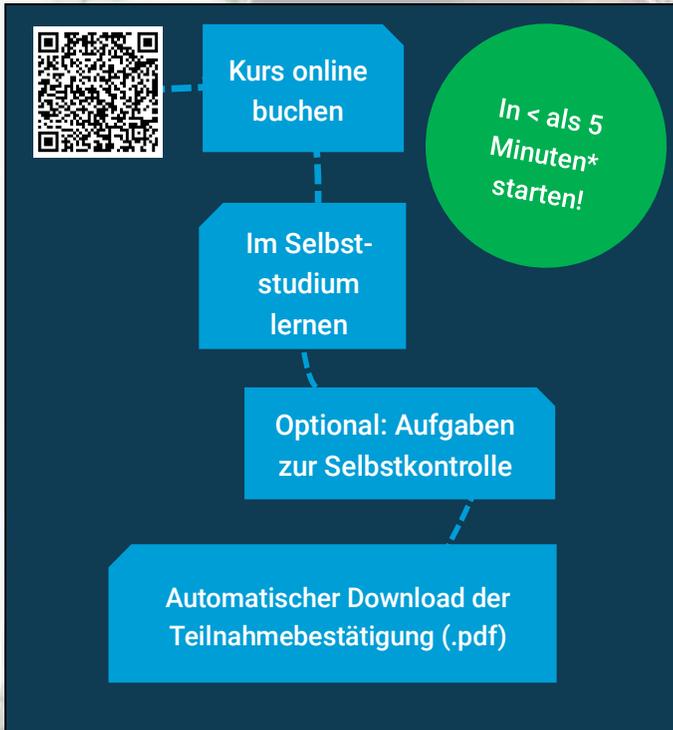
Short Facts

- Abschluss:** Teilnahmebestätigung (.pdf) per autom. Download, ohne ZFU-Siegel
- Studiendauer:** 1 Monat (oder kürzer) / 12 Monate Zugriff
- Studienvarianten:** digitales Studienskript und Inhalte digital im Campus hinterlegt
- Prüfung:** keine; optionaler Online-Test mit Aufgaben zur Selbstkontrolle
- Betreuung:** ohne fachliche Studiengangsbetreuung
- Probestudium:** 2 Wochen
- Studienbeginn:** jederzeit
- Benefits:** Podcasts auf Amazon® Music, Audible®, Spotify®, Apple® iTunes und YouTube®; Punkteprogramm, Lernfortschrittskontrolle, Studienleitfaden, Vorteilswelt mit Rabatten

für 134 €
MwSt-befreit



Studienablauf



Vorteilswelt

Für viele Aktionen im Online-Campus erhältst Du Punkte, die Du gegen Kurse eintauschst. Am meisten Punkte bekommst Du, wenn Du uns weiterempfehlst.



Du bekommst einen exklusiven und unbegrenzten Zugang zu unserem Partner vorteile.net mit hunderten Online-Shops, über die Du Rabatte & Gutscheine erhältst.



*möglich bei Bezahlvarianten Kreditkarte, PayPal® und Lastschrift und innerhalb unserer Geschäftszeiten

Deine Teilnahmebestätigung



AKADEMIE
SALES & MARKETING.

Martha Mustermann
hat am Online-Kurs

Konsumverhalten und Marktforschung

teilgenommen und diesen im Learning Management System per Selbststudium erfolgreich abgeschlossen. Der Lehrplan des Kurses beinhaltete folgende Themenschwerpunkte:

- Grundlagen des Konsumverhaltens
- Determinanten des Konsumverhaltens
- Kognitive Prozesse
- Modelle zur Untersuchung und Erklärung des Konsumverhaltens
- Kundenorientiertes Handeln und Kundenbindung
- Marktforschung
- Daten als Basis der Informationsgewinnung
- Methoden der Datenerhebung
- Design von Fragen in der Primärforschung
- Prognosen
- Messverfahren und Analyse in der Marktforschung

Palling, den 15.09.2024

Studienleitung

54b-34-02

Studienvariante 2



Studiere alternativ „Konsumverhalten und Marktforschung“ mit tollen Benefits:

| | |
|-----------------------|--|
| Abschluss: | Zertifikat mit ZFU-Siegel + Lernabzeichen |
| Studiendauer: | 1 Monat / 5 Monate Zugriff |
| Varianten: | digitales Studienskript oder digitales + gedrucktes Skript |
| Prüfung: | Online-Wissenstest |
| Betreuung: | mit fachlicher Betreuung |
| Probestudium: | 2 Wochen |
| Studienbeginn: | jederzeit |
| Benefits: | Flashcards, Podcasts, KI-Bot, Prüfungsvorbereitung, FAQs, Forum, Lerngruppen, Fallstudie, Online-Bibliothek, Bring-a-Friend, Shopping-Rabatte & Gutscheine |
| Kosten: | ab 199 Euro |

