

## DR STEFANIE KÜHN

### Profiel

Dr Stefanie Kühn het in 2012 by die akademiese gemeenskap aangesluit om aan 'n PhD in Bemerkingsbestuur te werk. Sy was voorheen 'n navorsingsbestuurder by 'n navorsingsagentskap waar sy kwalitatiewe en kwantitatiewe navorsingsprojekte in verskeie Afrika-lande onderneem het. Dr Kühn het nog altyd in menslike gedrag en besluitneming belang gestel, en hou daarvan om die 'waarom' hiervan met vriende, kollegas en studente te bespreek. Sy is passievol oor bemerkingsnavorsing, en die toepassing van verskillende navorsingstegnieke om 'n beter begrip van verbruikersbesluitneming te verkry. Haar kundigheidsgebiede sluit in Verhoudingsbemarking en Verbruikersgedrag, met spesifieke klem op hoe verbruikers reageer op organisasies se pogings om verhoudings met kliënte te vestig en in stand te hou. Sy het haar self opgelei om verskillende analitiese tegnieke en sagteware-programme te gebruik (onder meer MPlus, Smart-PLS, AMOS, en Hayes Process Macro for SPSS), en het onlangs ook neurofisiologiese navorsing begin doen. Verbruikers se besluitneming word onder meer deur onderbewuste prosesse bepaal, wat nie altyd deur self-evalueringsmaatstawwe gemeet kan word nie.

### Opleiding

Jaar	Graad	Studierigting	Akademiese instansie
2016	PhD	Bemerkingsbestuur	Noordwes-Universiteit
2010	MCom ( <i>cum laude</i> )	Bemerkingsbestuur	Noordwes-Universiteit
2008	BCom Honneurs ( <i>cum laude</i> )	Bemerkingsbestuur	Noordwes-Universiteit
2007	BCom ( <i>cum laude</i> )	Bemerkingsbestuur	Noordwes-Universiteit

### Akademiese loopbaan

- **2017 – tans:** Senior lektor by die Departement Ondernemingsbestuur, Universiteit Stellenbosch
- **2012 – 2017:** Lektor by die Skool vir Besigheidsbestuur, Noordwes-Universiteit, Potchefstroom-kampus

### Professionele loopbaan /ervaring

**2010 – 2011:** Navorsingsbestuurder by Vision Africa Research Stakeholder and Product Research. Verantwoordelikhede het ingesluit skakeling met kliënte, hulp met die skryf van voorstelle, en die bestuur van kwalitatiewe en kwantitatiewe navorsingsprojekte in Namibië en ander Afrika-lande (soos Angola en Zambië). Die bestuur van navorsingsprojekte het ingesluit die opstel van projekbegrotings en projekskedules om sperdatums na te kom; opleiding en toesighouding, en die bestuur van veldwerkers en werwers; die versorging, skoonmaak en kodering van data; data-ontleding; verslagskrywing en aanbiedings aan kliënte.

### Toekennings

- 2019: Emerald Literati-toekening vir Uitsonderlike Beoordeling
- 2019: Wenner van die Elite-navorsingsfonds van die Fakulteit Ekonomiese en Bestuurswetenskappe, Universiteit Stellenbosch

### Lidmaatskap van wetenskaplike en professionele organisasies

- Lid van die Southern African Institute for Management Scientists (SAIMS)
- Lid van die European Marketing Academy

### Kontakbesonderhede

+27 (0)21 808 9753

+27 (0)21 808 2026 (Departementele sekretaresse)

[skuhn@sun.ac.za](mailto:skuhn@sun.ac.za)

### Navorsing

*Onlangse artikels in vaktydskrifte*

Van der Westhuizen, L., & Kühn, S.W. 2021. Handmade clothing consumption as self-expression: A consumer perspective. *Journal of Fashion Marketing and Management* (ABCD B, SJR = 40, SNIP = 25, H Index 40, Q1)

Kühn, S.W. & Boshoff, C. 2021. The role of plot in brand story construction: A neurophysiological perspective. *Journal of Strategic Marketing*.  
<https://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/0965254X.2021.1968018?needAccess=true> (ABCD A, SJR = 0.641, SNIP = 1.506, H Index 50, Q2)

Kühn, S.W. 2021. Predictors of customer loyalty towards South African independent coffee shops: A mixed-method approach. *Management Dynamics*, 30(1):17-37. DHOO-geakkrediteer.

Kühn, S.W. & Petzer, D.J. 2018. Fostering purchase intentions towards online retailer websites in an emerging market: An S-O-R perspective. *Journal of Internet Commerce*, 17(3):255-282. IBSS-accredited. (ABCD B, SJR = 0.719, SNIP = 1.539, H Index 25, Q1)

Kühn, S.W. & Bothma, M. 2018. The coffee shop dining experience and customer loyalty intentions: Brewing the perfect blend. *Management Dynamics*, 27(4):12-28. DHOO-geakkrediteer.

*Boeke / hoofstukke in boeke*

Kühn, S.W. 2018. Introduction to research methodology. In N. Cunningham (Red.), *Introduction to marketing research*. Van Schaik: Pretoria.

Kühn, S.W. & Petzer, D.J. 2016. Vigo Malt Soft Drink. In H.B. Klopper & K. Viljoen (Reds.), *Contemporary cases in Southern African marketing*. Van Schaik: Pretoria.

*Onlangse referate gelewer by konferensies*

Kühn, S.W. & Boshoff, C. 2020. *Moments that matter: A neurophysiological perspective on film storytelling advertisements*. Akademiese plakkaat-aanbieding by die European Marketing Academy se konferensie. Boedapest, Hongarye. (Konferensie weens Covid-19 gekanselleer.)

Kühn, S.W. & Boshoff, C. 2019. *The role of music in storytelling advertisements: A neuro-physiological perspective*. Referaat gelewer by die 31ste jaarlikse konferensie van SAIMS (Southern African Institute for Management Scientists).

Kühn, S.W. 2018. *If word of mouth boomerangs: A conceptual framework of possible self-conscious emotions elicited and future behaviours*. Akademiese plakkaat-aanbieding by die European Marketing Academy se konferensie. Glasgow, Skotland.

Kühn, S.W. 2018. *Extending the effects of referral failures: A dyadic consumer perspective*. Referaat gelewer by die 30ste jaarlikse konferensie van SAIMS (Southern African Institute for Management Scientists).