



UČNI NAČRT PREDMETA / COURSE SYLLABUS

Predmet: Raziskovanje vedenja potrošnikov
Course title: Consumer behavior research

Študijski program in stopnja Study programme and level	Študijska smer Study field	Letnik Academic year	Semester Semester
Management znanja, 2. stopnja	/	2. letnik	/
KnowledgeManagement, 2 nd cycle	/	2 nd year	/

Vrsta predmeta / Course type:

Izbirni / Optional

Koda predmeta / Course code:

RVP-MZ

Predavanja Lectures	Seminar Seminar	Sem. vaje Tutorial	Klinične vaje Clinical work	Druge oblike študija Other type study	Samost. delo Individual work	ECTS
24	0	12	0	0	189	9

Nosilec predmeta / Lecturer:

doc. dr. Tina Vukasović

Jeziki/Languages:

Predavanja / Lectures:

slovenski / Slovenian

Vaje / Tutorial:

slovenski / Slovenian

Pogoji za vključitev v delo oz. za opravljanje študijskih obveznosti:

/

Prerequisites:

/

Vsebina:

1. Uvod v vedenje potrošnikov
2. Namen raziskovanja vedenja potrošnikov
3. Raziskovanje vedenja potrošnikov <ul style="list-style-type: none">• kvalitativni in kvantitativni pristop
4. Raziskovalni pristop: izbira in priprava <ul style="list-style-type: none">• opazovanje• spraševanje: intervju, fokusna skupina, projekcijske tehnike• eksperiment
5. Področje raziskovanja vedenja potrošnikov: makro dejavniki, notranji dejavniki, socialni dejavniki, situacijski dejavniki
6. Nakupni proces odločanja potrošnikov
7. Zadovoljstvo in zvestoba potrošnikov
8. Segmentiranje in pozicioniranje na trgu potrošnikov

Content (Syllabus outline):

1. Introduction to Consumer behavior
2. The purpose of consumer behavior research
3. Research of Consumer behavior <ul style="list-style-type: none">• qualitative and quantitative approach
4. Choosing and preparing research approach <ul style="list-style-type: none">• observing• questioning: interview, focus group, projective tests• experimenting
5. The field of consumer research: macro environment, internal factors, social factors, situation factors
6. Purchase decision making process
7. Satisfaction and consumer loyalty
8. Segmentation and positioning on consumer's market

Temeljna literatura in viri / Readings:

Obvezna / Compulsory:

Knjige in učbeniki / Books and text – books

VUKASOVIČ, Tina. Vedenje porabnikov : celovit pristop k raziskovanju vedenja porabnikov, (Znanstvene monografije MFDPŠ). Celje: Mednarodna fakulteta za družbene in poslovne študije, 2013. 98 str., ilustr., tabele. ISBN 978-961-6813-24-2. <http://www.issbs.si/press/ISBN/978-961-6813-24-2.pdf>.

Vukasovič, T. (2012): Trženje – od temeljev trženja do strateškega tržnega načrtovanja: Univerza na Primorskem. Koper (učbenik v pripravi za tisk)

Poglavja, ki jih nosilka predmeta v začetku semestra navede.

Priporočena / Recommended:

Solomon, R. M. (2007) Consumer behavior, 7th Ed. Pearson education, Upper Saddle River, New Jersey.

Cilji in kompetence:

Študentje bodo razvili **splošne kompetence:**

- sposobnost uporabe pridobljenega znanja in veščin pri raziskovalnem in strokovnem delu,
- sposobnost argumentiranega dialoga,
- zmožnost individualnega in timskega dela,
- sposobnost zbiranja in interpretacije zbranih podatkov,
- poznavanje in oblikovanje osnov raziskovalnih metod,
- razvoj kritične in samokritične presoje in utemeljitev le te,
- sposobnost zagovarjanja in argumentiranja lastnih stališč,
- sposobnost analize, sinteze, predvidevanja in načrtovanja strateških odločitev,
- razvoj veščin in spretnosti pri uporabi trženjskih metod in tehnik,
- razvoj iniciativnosti, vztrajnosti, natančnosti, prilagodljivosti in iznajdljivosti.

Študentje bodo razvili **predmetno-specifične kompetence:**

- sposobni razumevanja pomembnosti konceptov vedenja potrošnikov za sprejemanje trženjskih odločitev v praksi,
- znajo raziskovati vedenjske značilnosti potrošnikov,
- krepijo analitske in komunikacijske spretnosti ob uporabi konceptov s področja vedenja potrošnikov,
- razumejo in poznajo faze procesa sprejemanja nakupnih odločitev,
- razumejo in poznajo faze raziskovalnega procesa vedenja potrošnikov,
- so sposobni analize, sinteze in predvidevanja rešitev ter posledic vedenja potrošnikov na izvedbenem in upravljalnem področju podjetja,
- razumejo vlogo segmentiranja in pozicioniranja na trgu potrošnikov,
- sposobni reševanja strokovnih problemov.

Objectives and competences:

Students will develop **general competences:**

- ability to apply knowledge and skills in research and professional work,
- ability of argumentative dialogue,
- ability for individual and team work,
- ability to collect and interpret gathered data,
- knowledge and the creation of basic research methods,
- development of critical and self-critical judgment, and respect the views of others,
- ability to argue and defend their own attitudes,
- ability to analyze, synthesize, foresight and strategic planning decisions,
- developed of skills in use of marketing methods and techniques,
- developed sense of initiative, persistence, precision, flexibility and ingenuity.

Students will develop **course - specifics competences:**

- ability to understand the importance of consumer behavior concepts to take marketing decisions in the practice,
- be able to explore the behavioral consumer's characteristics,
- strengthen analytical and communication skills using the concepts in the field of consumer behavior,
- understand the phases of purchase decision making process,
- understand the phases of the consumer behavior research process,
- be able to analyze, synthesize and forecasting solutions and consequences of consumer behavior,
- understand the role of segmentation and positioning on consumer's market,
- ability to solve professional problems.

**Predvideni študijski rezultati:
Znanje in razumevanje:**

Student bo:

- znal uporabljati dobljena znanja in veščine pri razlagi temeljnih teorij, konceptov in vprašanj vedenja potrošnikov,
- znal opredeliti pojma potrošnik in potrošništvo, poznal značilnosti vedenjskih procesov potrošnikov ter osnovnih teorij in modelov ter ved, ki proučujejo potrošnika,
- razumel, da vedenje potrošnikov determinirajo notranji in zunanji dejavniki,
- znal opredeliti raziskovalni problem, načrtovati raziskavo za rešitev problema, raziskavo izvesti in rezultate uporabiti pri rešitvi problema, argumentirano predstaviti rešitev, analitično sklepal o posledicah predlagane rešitve in poznal značilnosti dobre rešitve,
- znal uporabiti pridobljena znanja pri načrtovanju trženskega spleta,
- poznajo vlogo in odgovornost samostojnega strokovnega in timskega dela.

**Intended learning outcomes:
Knowledge and understanding:**

Student will:

- be able to use obtained knowledge and skills in interpreting the basic theories, concepts and questions in consumer behaviour,
- be able to define the concept of the consumer and the consumerism, know the characteristics of consumer behavioral processes, basic theories and models, and the consumer behaviour sciences,
- understand, the determination of customer behaviour by the internal and external factors,
- be able to identify the core research problem, understand how to systematically approach the research, understand different approaches to solving business research problem, know how to present solution argued, be able to analytically understand the consequences of proposed solution and know the characteristics of valid solution,
- use this knowledge in planning the marketing mix,
- know the role and responsibility of an individual expertise and teamwork.

Metode poučevanja in učenja:

Oblike dela:

- Frontalna oblika poučevanja
- Delo v manjših skupinah oz. v dvojicah
- Samostojno delo študentov
- e-učenje
- drugo (vpišite) _____

Metode (načini) dela:

- Razlaga
- Razgovor/ diskusija/debata
- Delo z besedilom
- Proučevanje primera
- Igra vlog
- Druge vrste nastopov študentov
- Reševanje nalog
- Študijski obiski podjetij ipd.)
- Vključevanje gostov iz prakse
- Udeležba na okrogli mizi, na konferenci

Learning and teaching methods:

Types of learning/teaching:

- Frontal teaching
- Work in smaller groups or pair work
- Independent students work
- e-learning
- other _____

Teaching methods:

- Explanation
- Conversation/discussion/debate
- Work with texts
- Case studies
- Role-play
- Different presentation
- Solving exercises
- Field work (e.g. company visits)
- Inviting guests from companies
- Attending round table and conference

Načini ocenjevanja:

Način (pisni izpit, ustno izpraševanje, naloge, projekt)

**Delež (v %) /
Weight (in %)**

Assessment:

Type (examination, oral, coursework, project)

Sprotno ustno (aktivno sodelovanje pri kontaktnih urah)	/	Oral verification and assessment of knowledge
Sprotno pisno preverjanje znanja (krajši pisni izdelki)	40%	Written verification and assessment of knowledge (short written casework)
Daljši pisni izdelki (seminarska naloga, projektna naloga)	/	Longer written casework

Javni nastop ali predstavitev	/	Presentations
Končni ustni izpit	/	Final examination (oral)
Končni pisni izpit	60%	Final examination (written)
Drugo (vpišite)	/	Other:

Reference nosilca / Lecture's references:

1. VUKASOVIČ, Tina. Searching for competitive advantage with the aid of the brand potential index. *J. prod. brand manag.*, 2009, vol. 18, no. 3, str. 165-176, doi: [10.1108/10610420910957799](https://doi.org/10.1108/10610420910957799). [COBISS.SI-ID [3230679](#)]
2. VUKASOVIČ, Tina. Raziskovalni model strateškega repozicioniranja blagovne znamke. *Management*, jesen 2009, let. 4, št. 3, str. 259-280, ilustr. http://www.fm-kp.si/zalozba/ISSN/1854-4231/4_259-280.pdf. [COBISS.SI-ID [3310295](#)]
3. VUKASOVIČ, Tina. Consumer perception of poultry meat and the importance of country of origin in a purchase making process. *World's Poult. Sci. J.*, 2009, vol. 65, no. 1, str. 65-74, doi: [10.1017/S0043933909000005](https://doi.org/10.1017/S0043933909000005). [COBISS.SI-ID [3076055](#)]
4. VUKASOVIČ, Tina. Buying - decision making process for poultry meat. *Br. food j. (1966)*, 2010, vol. 112, is. 2, str. 125-139, ilustr., tabele, doi: [10.1108/00070701011018815](https://doi.org/10.1108/00070701011018815). [COBISS.SI-ID [3396567](#)]
5. VUKASOVIČ, Tina, BOJNEC, Štefan. Empirično preverjanje modela povezav med poreklom izdelka in zaznano vrednostjo blagovne znamke. *Management*, zima 2010, let. 5, št. 4, str. 375-391, ilustr., tabele. http://www.fm-kp.si/zalozba/ISSN/1854-4231/5_375-391.pdf. [COBISS.SI-ID [3802327](#)]
6. VUKASOVIČ, Tina. The importance of national chicken meat origin in Central and South-Eastern Europe. *World's Poult. Sci. J.*, 2011, vol. 67, no. 2, str. 237-242, ilustr., tabele, doi: [10.1017/S0043933911000262](https://doi.org/10.1017/S0043933911000262). [COBISS.SI-ID [3990487](#)]
7. VUKASOVIČ, Tina. Conceptual model of strategic positioning of a poultry brand. *World's Poult. Sci. J.*, dec. 2011, vol. 67, no. 4, str. 643-652, ilustr., tabele, doi: [10.1017/S0043933911000730](https://doi.org/10.1017/S0043933911000730). [COBISS.SI-ID [4152791](#)]
8. VUKASOVIČ, Tina. World poultry market faces accelerated change. *PPM*, 2009, vol. 5, no. 1, str. 18-19, tabele. [COBISS.SI-ID [3477463](#)]
9. VUKASOVIČ, Tina. Ugotavljanje vpliva izvora piščančjega mesa na zaznavanje porabnikov. V: Jubilejna 10. slovenska marketinška konferenca, torek, 31. maja, in sredo, 1. junija 2005, GH Bernardin, Portorož. *Prvo leto v EU - kako so marketinške strategije prestale preizkušnjo? : e-zbornik prispevkov*. [Compact disc ed.]. Ljubljana: Društvo za marketing Slovenije = Slovenian marketing association: Finance, 2005, str. 23-31. [COBISS.SI-ID [9578774](#)]
10. STRAŠEK, Rok, VUKASOVIČ, Tina. Osvajanje novega segmenta potrošnikov s strategijo širitve blagovne znamke: primer blagovne znamke Perutnine Ptuj = Ownership of a new consumer segment with a brand extension strategy: a case study of trade mark Perutnina Ptuj. V: BREZOVEC, Aleksandra (ur.), MEKINC, Janez (ur.). Znanstvena konferenca z mednarodno udeležbo Management, izobraževanje in turizem, Portorož, 22.-23. oktober 2009. *Management, izobraževanje in turizem : kreativno v spremembe : znanstvena konferenca z mednarodno udeležbo, 22.-23. oktober 2009, Portorož : zbornik referatov = proceedings*. Portorož: Turistica, Fakulteta za turistične študije, 2009, str. 2611-2618, ilustr. [COBISS.SI-ID [3347159](#)]
11. VUKASOVIČ, Tina. Inovativnost proizvodov in trženje na trgu izdelkov široke potrošnje: primer blagovne znamke Poli = Innovativity of products and marketing on the fast moving consumer goods market: a case study of brand Poli. V: BREZOVEC, Aleksandra (ur.), MEKINC, Janez (ur.). Znanstvena konferenca z mednarodno udeležbo Management, izobraževanje in turizem, Portorož, 22.-23. oktober 2009. *Management, izobraževanje in turizem : kreativno v spremembe : znanstvena konferenca z mednarodno udeležbo, 22.-23. oktober 2009, Portorož : zbornik referatov = proceedings*. Portorož: Turistica, Fakulteta za turistične študije, 2009, str. 3035-3043, ilustr. [COBISS.SI-ID [3347671](#)]
12. VUKASOVIČ, Tina, STRAŠEK, Rok. Pomen kreativnosti in inovativnosti trženja pri osvajanju novega

segmenta potrošnikov = The importance of innovation and creativity of marketing in ownership of a new consumer segment. V: BREZOVEC, Aleksandra (ur.), MEKINC, Janez (ur.). *Management, izobraževanje in turizem : družbena odgovornost za trajnostni razvoj : 2. znanstvena konferenca z mednarodno udeležbo, 21.-22. oktober 2010, Portorož : zbornik referatov = proceedings*. Portorož: Turistica, Fakulteta za turistične študije, 2010, str. 2277-2283, ilustr. [COBISS.SI-ID [3738839](#)]

13. VUKASOVIČ, Tina, BOJNEC, Štefan. Strukturni model povezav med poreklom izdelka in zaznani vrednotjo blagovne znamke = Structural model of relationships between the origin of the product and the perceived brand name value. V: BREZOVEC, Aleksandra (ur.), MEKINC, Janez (ur.). *Management, izobraževanje in turizem : družbena odgovornost za trajnostni razvoj : 2. znanstvena konferenca z mednarodno udeležbo, 21.-22. oktober 2010, Portorož : zbornik referatov = proceedings*. Portorož: Turistica, Fakulteta za turistične študije, 2010, str. 2284-2295, ilustr., tabele. [COBISS.SI-ID [3738583](#)]

14. STRAŠEK, Rok, VUKASOVIČ, Tina. Raziskovalni model strateškega pozicioniranja blagovne znamke = Research model of strategic positioning brand. V: BREZOVEC, Aleksandra (ur.), MEKINC, Janez (ur.). *Management, izobraževanje in turizem : solidarnost za socialni kapital : 3. znanstvena konferenca z mednarodno udeležbo, 20.-21. oktober 2011, Portorož : zbornik referatov = proceedings*. Portorož: Turistica, Fakulteta za turistične študije, 2011, str. 1750-1757, ilustr., tabele. [COBISS.SI-ID [4236247](#)]

15. VUKASOVIČ, Tina. Vpliv izvora izdelka na vrednotenje njegovih lastnosti pri porabnikih = Impact of the product's origin on the consumer evaluation of product's properties. V: BREZOVEC, Aleksandra (ur.), MEKINC, Janez (ur.). *Management, izobraževanje in turizem : solidarnost za socialni kapital : 3. znanstvena konferenca z mednarodno udeležbo, 20.-21. oktober 2011, Portorož : zbornik referatov = proceedings*. Portorož: Turistica, Fakulteta za turistične študije, 2011, str. 2012-2020, ilustr., tabele. [COBISS.SI-ID [4237015](#)]

16. VUKASOVIČ, Tina. Rezultati tržnih raziskav kot osnova za širitev blagovne znamke = The results of market research as the basis for brand extension. V: BREZOVEC, Aleksandra (ur.), MEKINC, Janez (ur.). *Management, izobraževanje in turizem : solidarnost za socialni kapital : 3. znanstvena konferenca z mednarodno udeležbo, 20.-21. oktober 2011, Portorož : zbornik referatov = proceedings*. Portorož: Turistica, Fakulteta za turistične študije, 2011, str. 2021-2027, ilustr. [COBISS.SI-ID [4236759](#)]

17. VUKASOVIČ, Tina. Analiza vpliva izvora piščančjega mesa na zaznavanje porabnikov. V: PUŠNIK, Ksenja (ur.), ŠLEBINGER, Monika (ur.). *Zbornik prispevkov 3. konference študentov podiplomskega študija Ekonomsko-poslovne fakultete, Maribor, 10.10.2003*. Maribor: Ekonomsko-poslovna fakulteta, Študenti podiplomskega študija, 2003, str. 63-74. http://epfold.uni-mb.si/mag/3_konferenca/3_konferenca/vukasovic.pdf. [COBISS.SI-ID [9335318](#)]

18. VUKASOVIČ, Tina. Konceptualni model strateškega pozicioniranja blagovne znamke : študija primera. V: *Znanje: teorija in praksa*. Koper: Fakulteta za management, 2008, 2008, 10 str. [COBISS.SI-ID [2981079](#)]

19. VUKASOVIČ, Tina. *Empirical verification of the conceptual model of strategic brand repositioning : the case study from Perutnina Ptuj Slovenia : presentation at the 5th World's Poultry Science Conference, 10-13 March 2009, Taba, Egypt*. Taba, Egipt, 2008. [COBISS.SI-ID [3200215](#)]

20. HRASTAR, Lenka, VUKASOVIČ, Tina. *Marketing research as the basis for marketing strategy : referat na SEEMAR08, South East European Marketing Research Conference, Belgrade, 13-14th October 2008*. Beograd, 13. okt. 2008. [COBISS.SI-ID [2928855](#)]

21. VISENJAK, David, VUKASOVIČ, Tina. *Kako se moči "domaćih" proizvajalcev prilagajamo na različnih trgih : praktične izkušnje Peturnine Ptuj d. d. : predstavitev na 3. konferenci Prodaja in marketing na policah, Ljubljana, 12. okt. 2011*. Ljubljana, 12. okt. 2011. [COBISS.SI-ID [4095959](#)]

22. VUKASOVIČ, Tina. *A four country study of poultry meat perception and the importance of poultry meat origin in a purchase-decision-making process : presentation at the 6th International Poultry Conference, Alexandria, Egypt*. Alexandria, Egipt, 27. mar. 2012. [COBISS.SI-ID [4314583](#)]

Pedagoška dejavnost:

- 2011 - ... nosilka podiplomskega predmeta Strateški marketing, MFDPS - Mednarodna fakulteta za družbene

in poslovne študije, Celje;

- 2011 - ... nosilka dodiplomskega predmeta Obnašanje strank, Doba fakulteta za uporabne poslovne in družbene študije, Maribor;
- 2011: izvedba predavanj Tržno komuniciranje; Mednarodne fakultete za družbene in poslovne študije Celje;
- 2011: izvedba predavanj Upravljanje blagovne znamke in spremljanje njene uspešnosti na trgu, Fakulteta za management Koper;
- 2010: izvedba predavanj Repozicioniranje blagovne znamke in spremljanje njene uspešnosti na trgu, Ekonomsko poslovna fakulteta, Univerza v Mariboru;
- 2009: izvedba predavanj Trg in konkurenca: primer blagovne znamke, Fakulteta za management Koper;
- 2009: izvedba predavanj Upravljanje blagovne znamke: primer blagovne znamke, Biotehniški izobraževalni center Ljubljana;
- 2009: izvedba predavanj Upravljanje blagovne znamke; Ekonomsko-poslovna fakulteta, Univerza v Mariboru.