



**UČNI NAČRT PREDMETA / COURSE SYLLABUS**

<b>Predmet:</b>	<b>Osnove vedenja potrošnikov</b>
<b>Course title:</b>	Consumer behavior basics

Študijski program in stopnja Study programme and level	Študijska smer Study field	Letnik Academic year	Trimester Trimester
Ekonomija v sodobni družbi, 1. stopnja	Poslovna usmeritev	3. letnik	/
Economy in Contemporary Society, 1 <sup>st</sup> cycle	Business Orientation	3 <sup>rd</sup> year	/

Vrsta predmeta / Course type:	Izbirni / Optional
Koda predmeta / Course code:	OVP-ESD

Predavanja Lectures	Seminar Seminar	Vaje Tutorial	Druge oblike študija Other type study	Samost. delo Individual work	Ure dela Work hours	ECTS
20	0	40	0	90	150	6

Nosilec predmeta / Lecturer:	Izr. prof. dr. Tina Vukasović
Jeziki/Languages:	Predavanja / Lectures: Vaje / Tutorial:
	slovenski / Slovenian
	slovenski / Slovenian

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

/

**Prerequisites:**

/

**Vsebina:**

1. Uvod v vedenje potrošnikov
2. Psihološki dejavniki vedenja potrošnikov: motivacija, zaznavanje, učenje in spomin, stališča
3. Družbeni dejavniki vedenja potrošnikov: referenčne skupine, družina, vloga in položaj posameznika
4. Kulturni dejavniki vedenja potrošnikov: kultura, družbeni razred
5. Osebni dejavniki vedenja potrošnikov: starost in stopnja življenjskega cikla družine, življenjski slog, osebnost
6. Nakupni proces odločanja potrošnikov
7. Segmentiranje in pozicioniranje na trgu potrošnikov

**Content (Syllabus outline):**

1. Introduction to Consumer behavior
2. Psychological factors affecting Consumer behavior: motivation, perception, learning and memory, attitudes
3. Sociological factors affecting Consumer behavior: groups, family, role and position of the individual
4. Cultural factors in consumer behavior: the reference group, social class
5. Personal factors in consumer behavior: age and level of family life cycle, lifestyle, personality
6. Purchase decision making process
7. Segmentation and positioning on consumer's market

**Temeljna literatura in viri / Readings:**

<b>Obvezna / Compulsory:</b> Knjige in učbeniki / Books and text – books
---

Vukasovič, T. (2012): Trženje – od temeljev trženja do strateškega tržnega načrtovanja: Univerza na Primorskem. Koper  
Poglavja, ki jih nosilka predmeta v začetku semestra navede.  
Texts prescribed by the lecturer.

**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,
- razvoj iniciativnosti, vztrajnosti, natančnosti, prilagodljivosti in iznajdljivosti.

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

- sposobni razumevanja pomembnosti osnovnih konceptov vedenja potrošnikov za sprejemanje trženjskih odločitev v praksi,
- razumel, da vedenje potrošnikov determinirajo notranji in zunanji dejavniki,
- razumejo in poznajo faze procesa sprejemanja nakupnih odločitev,
- 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,
- developed sense of initiative, persistence, precision, flexibility and ingenuity.

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

- ability to understand the importance of basic consumer behavior concepts to take marketing decisions in the practice,
- understand the determination of customer behaviour by the internal and external factors,
- understand the phases of purchase decision making process,
- understand the role of segmentation and positioning on consumer's market,
- ability to solve professional problems.

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

**Študent bo:**

- znal uporabljati dobljena znanja in veščine pri razlagi osnovnih 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,
- znal uporabiti pridobljena znanja pri načrtovanju trženjskega 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.
- use this knowledge in planning the marketing mix,
- know the role and responsibility of an individual expertise and teamwork.

**Metode poučevanja in učenja:**

**Learning and teaching methods:**

**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

**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:**

- 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](https://www.cobiss.si/urn:nbn:si:coibis-3230679)]
- 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](http://www.fm-kp.si/zalozba/ISSN/1854-4231/4_259-280.pdf). [COBISS.SI-ID [3310295](https://www.cobiss.si/urn:nbn:si:coibis-3310295)]
- 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](https://www.cobiss.si/urn:nbn:si:coibis-3076055)]
- 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](https://www.cobiss.si/urn:nbn:si:coibis-3396567)]
- 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](http://www.fm-kp.si/zalozba/ISSN/1854-4231/5_375-391.pdf). [COBISS.SI-ID [3802327](https://www.cobiss.si/urn:nbn:si:coibis-3802327)]
- 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](#). [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](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.