



UČNI NAČRT / COURSE SYLLABUS

Predmet / Course	Raziskovanje vedenja potrošnikov / Consumer Behavior Research
Šifra predmeta / Course Code	B22RVP6-MZ
Nosilec predmeta / Course Coordinator	prof. dr. Tina Vukasovič
Vrsta predmeta / Type of the course	izbirni/elective
Jezik / Language - Vaje / Tutorials - Predavanja / Lecture	Slovenski / Slovene, - Slovenski / Slovene, -
Študijski program / Programme	Management znanja (2. stopnja) / Knowledge management (2nd Cycle)
Letnik / Year	2.
Pogoji za vključitev / Requirements	Poznavanje osnov marketinga.

Predavanja Lectures	Vaje Tutorials	Druge oblike študija Other Type of Study	Samostojno delo Individual work	Ure dela Work hours	ECTS
16	8	0	126	150	6

Vsebina / Content:

1. Uvod v vedenje potrošnikov. 2. Namen raziskovanja vedenja potrošnikov. 3. Raziskovanje vedenja potrošnikov: kvalitativni in kvantitativni pristop. 4. Proces raziskovanja vedenja potrošnikov. 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. 9. Raziskovanje generacij potrošnikov in njihovih značilnosti.	1. Introduction to Consumer behavior. 2. The purpose of consumer behavior research. 3. Research of Consumer behavior: qualitative and quantitative approach. 4. Process of consumer behavior research. 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. 9. Researching generations of consumers and their characteristics.
--	---

Spošne kompetence / General Competencies:

<i>Student bo pridobil znanje in spretnosti na naslednjih splošnih vsebinskih področjih:</i> SPL1: Delo s podatki in informacijami; SPL6: Etičnost; SPL8: Spretnosti kritičnega mišljenja; SPL9: Ustvarjanje novih zamisli (ustvarjalnost); SPL11: Spretnosti organiziranja in načrtovanja (npr. lastnega dela, dela drugih);	<i>Student will acquire knowledge and skills in the following general areas:</i> SPL1: Work with data and information; SPL6: Ethics; SPL8: Critical thinking; SPL9: Creativity; SPL11: Organising and planning skills;
---	--

Predmetno specifične kompetence / Course Specific Competencies:

<i>Student bo pridobil znanje in spretnosti na naslednjih specifičnih vsebinskih področjih:</i> PSP1: Značilnosti organizacije, funkcijska področja in razmerja med njimi.; PSP2: Pregled poslovanja, problemi, izzivi in njihovo reševanje, svetovalni načrt.; PSP4: Metode in orodja za analizo notranjega in zunanjega okolja in določanje razvojnih perspektiv organizacije; PSP11: Psihologija na vsebinskem področju predmeta; PSP12: Informacijski sistemi in programska oprema na vsebinskem področju predmeta; PSP18: Splošna razgledanost na vsebinskem področju predmeta.	<i>Student will acquire knowledge and skills in the following specific areas:</i> PSP1: Organizations' characteristics, functional areas and the relationships between them; PSP2: Organisational audit, problems and challenges in business, problem solving, consultancy plans; PSP4: Methods and tools for analysis of an organisation and its environment to identify perspectives; PSP11: Psychology in the field of the course; PSP12: Information systems and software in the fields of the course; PSP18: General overview of the course content area.
---	---

Predvideni študijski izidi / Intended Learning Outcomes:

<p><i>Študent bo dosegel naslednje študijske izide:</i></p> <p>1. Pozna delovanje podjetja z vidika različnih funkcij, ki potekajo v podjetju ter med podjetjem in zunanjim okoljem. 2. Pozna pomen poznavanja vedenja porabnikov za udeležence v menjalnih procesih. 3. Razume pomen poznavanja vedenja porabnikov za uspešnost delovanja podjetij. 4. Razume pomen osnovnih konceptov vedenja porabnikov za sprejemanje marketinških odločitev v praksi. 5. Pozna načine vstopa na novo tržišče in zna uporabiti orodja za izvedbo vstopa. 6. Ovrednoti alternative in kritično razmisliti o možnih rešitvah. 7. Uporablja metode in orodja za analizo okolja. 8. Ugotovi značilnosti uspešnosti aktivnosti v procesu nakupnega vedenja porabnikov. 9. Aktivno sodeluje v skupinah, vodi tim, načrtuje in razporeja delo. 10. Reši več strokovnih problemov. 11. Pozna informacijska orodja in programsko opremo za izvedbo raziskave in analize trga. 12. Uporabi ustrezne metode raziskave trga glede na namen raziskovanja. 13. Analizira in interpretira dobljene rezultate raziskave trga. 14. Uporabi pridobljeno znanje in veščine pri raziskovalnem in strokovnem delu. 15. Argumentirano zagovarja stališče v dialogu. 16. Zamisli si nove ideje in situacije. 17. Vstraja in dokonča svoje naloge. 18. Ugotovi svoje napake in jih popravi.</p>	<p><i>Student will achieve the following learning outcomes:</i></p> <p>1. Knows the company's operations from the perspective of different functions taking place within the company and between the company and the external environment. 2. Explains the importance of consumer behavior for participants in exchange processes. 3. Gains the understanding of the importance of consumer behavior for organizational performance. 4. Understands the importance of consumer behavior concepts to take marketing decisions in the practice. 5. Knows the ways of entering a new market and knows how to use the tools to carry out the entry. 6. Evaluates alternatives and critically reflect on possible solutions. 7. Uses methods and tools for environmental analysis. 8. Determines features of consumer behavior performance. 9. Actively cooperates in teams, manages team, plans and schedules work. 10. Solves professional problems. 11. Knows information tools and software to carry out market research and analysis. 12. Uses appropriate research methods depending on the purpose of research. 13. Analyzes and interprets research results. 14. Applies his knowledge and skills in research and professional work. 15. Argues his standpoint in the dialogue. 16. Imagines new ideas and situations. 17. Maintains and completes his tasks. 18. Finds his mistakes and corrects them.</p>
---	--

Oblike in metode poučevanja in učenja / Types and Methods of Teaching and Learning

<i>Oblike dela</i>	Frontalna oblika poučevanja; Delo v manjših skupinah; Samostojno delo študenta; E-učenje
<i>Types of Teaching and Learning</i>	Frontal teaching; Work in smaller groups or pairs; Independent student work; E-learning
<i>Metode dela</i>	Razgovor/diskusija/debata; Delo z besedilom; Proučevanje primera; Javni nastop; Reševanje nalog; Gost iz prakse;
<i>Teaching and Learning Methods</i>	Conversation/discussion/debate; Work with text; Case study; Public presentation; Solving exercises; Guest from practice;

Načini ocenjevanja v % / Types of Student Assessment

Sprotno ustno ocenjevanje / Oral Assessment	/
Sprotno pisno ocenjevanje / Written Assessment	60 %
Daljši pisni izdelek / Longer written casework ¹ /	30%
Javni nastop s predstavitvijo rezultatov / Presentations ²	10 %
Končni pisni izpit / Final written examination	/
Končni ustni izpit / Final oral examination	/
Udeležba in sodelovanje / Participation and cooperation	/
Lestvica ocenjevanja / Grading scale	številska/numeric

¹ Seminarska ali projektna naloga, raziskovalna naloga ipd.

² Plakat, naloga, prispevek

Temeljna literatura / Literature:

1. Vukasovič, Tina (2013). Vedenje porabnikov: celovit pristop k raziskovanju vedenja porabnikov, Celje: Mednarodna fakulteta za družbene in poslovne študije.
2. Schiffman, G. L. in Wisenbilit, J. (2019). Consumer Behaviour. 12 th Edition. New Jersey: Pearson Education Inc. ali Solomon, M. R. (2020). Consumer Behaviour. 13 th Edition. Harlow: Pearson Education Inc.

Reference nosilca / Lecturer's references:

Izvirni znanstveni članki:

LENDL PRŠA, Maja, VUKASOVIČ, Tina. Stavovi potrošača o ekološkim proizvodima = Stališča potrošnikov glede ekoloških izdelkov. *Mednarodno inovativno poslovanje : strokovno-znanstvena revija za področje poslovanja in poslovnega izobraževanja*. 2024, letn. 16, št. 1, 20 str. ISSN 1855-6175.

<https://journal.doba.si/OJS/index.php/jimb/article/view/JIBM.2024.16.1.3/328>, DOI:10.32015/JIBM.2024.16.1.3.

[COBISS.SI-ID 200805123]

RAJER, Jasna, VUKASOVIČ, Tina. The plan of integrated marketing communication with emphasis on designing a strategy for the brand X. *Modern management review*. 2024, vol. 29, no. 2 (apr.-jun.), str. 65-84, ilustr. ISSN 2353-0758. <https://journals.prz.edu.pl/mmr/article/view/1675/1295>, DOI: 10.7862/rz.2024.mmr.10. [COBISS.SI-ID

200290819]

LJUBIČIČ, Kristina, VUKASOVIČ, Tina. Manipulation in the world of marketing = Manipulacije v svetu trženja. *Mednarodno inovativno poslovanje : strokovno-znanstvena revija za področje poslovanja in poslovnega izobraževanja*. 2023, letn. 15, št. 1, 12 str. ISSN 1855-6175. [COBISS.SI-ID 158756099]

VALČIČ, Nina, VUKASOVIČ, Tina. Marketinška strategija javnega podjetja pri uvedanju nove usluge parkiranja = Tržna strategija javnega podjetja ob uvajanju novega parkirnega servisa. *Mednarodno inovativno poslovanje : strokovno-znanstvena revija za področje poslovanja in poslovnega izobraževanja*. 2023, letn. 15, št. 2, 11 str. ISSN 1855-6175. [COBISS.SI-ID 175121411]

VUKASOVIČ, Tina, SLUGA, Anita. Pomen poprodajnih aktivnosti v trženju medicinskih pripomočkov preko javnih naročil. *Perfectus AC*. 2023, št. 1, str. 5-15, ilustr. ISSN 2738-4586. [COBISS.SI-ID 193522179]

VUKASOVIČ, Tina. Applying model of brand equity in higher education marketing context. *Business systems research*. 2022, vol. 13, no. 1, str. 156-168. ISSN 1847-9375. [COBISS.SI-ID 123825923], [SNIP, WoS, Scopus]

VUKASOVIČ, Tina, SLUGA, Anita. Creating a marketing mix model for the marketing of medical devices through public procurement. *Health marketing quarterly*. 13 Sep. 2022, vol. 39, iss. 3, str. 1-21, ilustr. ISSN 1545-0864. [COBISS.SI-ID 121324547], [SNIP, Scopus]

VUKASOVIČ, Tina, PETRIČ, Aleksander. Consumer behaviour and loyalty when purchasing sporting goods. *International journal of management, knowledge and learning*. [Spletna izd.]. 2022, vol. 11, str. [71]-83, ilustr. ISSN 2232-5697. <https://toknowpress.net/ISSN/2232-5697/11.71-83.pdf>. [COBISS.SI-ID 106840067]

VUKASOVIČ, Tina. Covid-19 pandemic influence on consumer buying behaviour. *International journal of management, knowledge and learning*, ISSN 2232-5697. [Spletna izd.], 2021, vol. 10, str. 65-74, ilustr. <https://toknowpress.net/ISSN/2232-5697/10.65-74.pdf>, doi: 10.53615/2232-5697.10.65-74. [COBISS.SI-ID 70157059]

VUKASOVIČ, Tina, MATIČIČ ZVER, Manca. Environmentally friendly textile products : conceptual buying behavior model. *Journal of textile and apparel technology and management : JTATM*, ISSN 1533-0915, spring 2021, vol. 12, iss. 1, str. 1-15. <https://ojs.cnr.ncsu.edu/index.php/JTATM/article/view/18654>. [COBISS.SI-ID 58344451]

POVŠE, Tina, VUKASOVIČ, Tina. Nakupno vedenje kupca inovativnega izdelka in izzivi prilagajanja prodajnih aktivnosti = Challenges of adapting sales activities to the purchase behaviour of the customer of an innovative product. *Mednarodno inovativno poslovanje : strokovno-znanstvena revija za področje poslovanja in poslovnega izobraževanja*, ISSN 1855-6175, 2021, letn. 13, št. 2, str. [9-28].

<https://journal.doba.si/OJS/index.php/jimb/article/view/JIBM.2021.13.2.2>, doi: 10.32015/JIBM.2021.13.2.2.

[COBISS.SI-ID 101452547]

KALAR Matej, VUKASOVIČ, Tina. Stališča potrošnikov do nakupa električnih avtomobilov in njihovega vpliva na okolje v Sloveniji = Consumers attitudes towards the purchase intention of electric cars and their impact on the environment in Slovenia. *Mednarodno inovativno poslovanje : strokovno-znanstvena revija za področje poslovanja in poslovnega izobraževanja*, ISSN 1855-6175, 2021, letn. 13, št. 2, str. [29-45].

<https://journal.doba.si/OJS/index.php/jimb/article/view/JIBM.2021.13.2>, doi: 10.32015/JIBM.2021.13.2.3.

[COBISS.SI-ID 101480707]

MATIČIČ ZVER, Manca, VUKASOVIČ, Tina. Consumers' attitude towards eco friendly textile products = Stališča potrošnikov do okolju prijaznih tekstilnih izdelkov. *Tekstilec : glasilo slovenskih tekstilcev*, ISSN 0351-3386. [Tiskana izd.], 2021, vol. 64, [no.] 2, str. 159-171, ilustr. <http://www.tekstilec.si/wp-content/uploads/2016/03/10.14502Tekstilec2021.64.159-171.pdf>, doi: 10.14502/Tekstilec2021.64.159-171. [COBISS.SI-ID 54870019]

VUKASOVIČ, Tina, MIHAČ, Vlaho. Trends in the online booking of hotel accommodation. *International journal of e-services and mobile applications*, ISSN 1941-6288, Jan.-Mar.2021, vol. 13, iss. 1, str. 60-76, ilustr. <https://www.igi-global.com/gateway/article/265184>, doi: 10.4018/IJESMA.2021010105. [COBISS.SI-ID 34242563]

VUKASOVIČ, Tina. Knowledge as an important factor in the process of creating brand equity. *International journal of innovation and learning*, ISSN 1471-8197, 2020, vol. 28, no. 2, str. 139-158, ilustr. [COBISS.SI-ID 40098309]

VUKASOVIČ, Tina. Understanding the consumers' personal characteristics as the starting point for targeted marketing. *Management*, ISSN 1854-4231. [Spletna izd.], spring 2020, vol. 15, no. 1, str. 29-41. https://www.hippocampus.si/ISSN/1854-4231/15_1.pdf. [COBISS.SI-ID 53647619]

LUKMAN, Aleš, VUKASOVIČ, Tina. The factors influencing the buying decision of customers behaviour. *Management*, ISSN 1854-4231. [Spletna izd.], fall 2020, vol. 15, no. 3, str. 221-233. https://www.hippocampus.si/ISSN/1854-4231/15_3.pdf, doi: 10.26493/1854-4231.15_3. [COBISS.SI-ID 53642243]

ADZOVIĆ, Almin, PURG, Danica, VUKASOVIČ, Tina. Decision making theories in medicine reimbursement. *International journal of Euro-Mediterranean studies*, ISSN 1855-3362. [Print ed.], 2019, vol. 12, no. 2, str. 67-92, ilustr. [COBISS.SI-ID 40347653]

VIDMAR, Urška, VUKASOVIČ, Tina. A model for a successful approach to applying for Horizon 2020. *International journal of value chain management*, ISSN 1741-5357, 2019, vol. 10, no. 1, str. 26-52, ilustr. <http://www.inderscience.com/info/ingeneral/forthcoming.php?jcode=ijvcm>, doi: 10.1504/IJVCM.2019.10016701. [COBISS.SI-ID 39756805]

JAGODIČ, Gregor, VUKASOVIČ, Tina. Uticaj medija na ponašanje kupaca = Media influence on consumer buying behaviour. *Serbian Journal of Engineering Management*, ISSN 2466-4693, 2019, vol. 4, no. 2, str. 39-48, ilustr., doi: 10.5937/SJEM1902039J. [COBISS.SI-ID 40240645]

VIDMAR, Urška, VUKASOVIČ, Tina. Identifying elements for a successful approach to applying projects. *International journal of management, knowledge and learning*, ISSN 2232-5107. [Tiskana izd.], 2018, vol. 7, iss. 2, str. 217-243, 247-248, tabele. <https://www.issbs.si/press/ISSN/2232-5697/7-2.pdf>, <https://doaj.org/toc/2232-5697>, <https://econpapers.repec.org/article/isvjouijm/>. [COBISS.SI-ID 39842053]

VUKASOVIČ, Tina, KOREZ, Bojana, POREKAR PETELIN, Sonja. The expansion of the brand through the establishment of the mobile kitchen system. *Management*, ISSN 1854-4231. [Spletna izd.], spring 2018, vol. 13, no. 1, str. 19-31, preglednice. <http://www.hippocampus.si/ISSN/1854-4231/13.19-31.pdf>, doi: 10.26493/1854-4231.13_1. [COBISS.SI-ID 39536389]

VUKASOVIČ, Tina, JALEN, Nataša. Predlog marketinškog plana za ulazak novog brenda prehrambenih dodataka na tržište = Marketing plan proposal for the entry of a food supplement brand into the market. *Serbian Journal of Engineering Management*, ISSN 2466-4693, 2018, vol. 3, no. 2, str. 36-50, ilustr. [COBISS.SI-ID 39738117]

VUKASOVIČ, Tina, SÖKE, Henrik. Priprava spletne oglaševalske akcije na iskalniku Bing. *Mednarodno inovativno poslovanje : strokovno-znanstvena revija za področje poslovanja in poslovnega izobraževanja*, ISSN 1855-6175, 2017, letn. 9, št. 1, ilustr. <http://journal.doba.si/year-9-2017-volume-1/priprava-spletne-oglasevalske-akcije-na-iskalniku-bing>. [COBISS.SI-ID 512967216]

VUKASOVIČ, Tina, STANTON, John L. Going local : exploring millennials preferences for locally sourced and produced fresh poultry in a developing economy. *World's Poultry Science Journal*, ISSN 0043-9339, Dec. 2017, vol. 73, iss. 4, str. 757-766, ilustr. <https://www.cambridge.org/core/journals/world-s-poultry-science-journal/article/going-local-exploring-millennials-preferences-for-locally-sourced-and-produced-fresh-poultry-in-a-developing-economy/8EC5561AD747AB620FBE253F8E7D84C0#>, doi: 10.1017/S0043933917000770. [COBISS.SI-ID 39319557]

Znanstvene monografije:

- VUKASOVIČ, Tina, FATUR, Gordana. *Menedžment prodaje*. Elektronska izd. Maribor: DOBA Fakulteta za uporabne poslovne in družbene študije, 2024. 1 spletni vir (1 datoteka PDF (110 str.)), ilustr. Monografija DOBA Fakultete. ISBN 978-961-7061-15-4. <https://www.fakulteta.doba.si/doba-znanja/raziskave/monografije>, [Digitalna knjižnica Slovenije - dLib.si](#). [COBISS.SI-ID [178546947](#)]
- VUKASOVIČ, Tina. *Strateško trženje v poslovnem okolju*. Ljubljana: B2 Visoka šola za poslovne vede, 2024. 1 spletni vir (1 datoteka PDF (V, 155 str.)), ilustr. ISBN 978-961-7110-09-8. https://www.vspv.si/uploads/vukasovic_tina_stratesko_trzenje_v_poslovnem_okolju_1.pdf. [COBISS.SI-ID [190828803](#)]
- VUKASOVIČ, Tina, DUVNJAK, Nenad, VALENČAK, Dejan. *Menedžment nabave*. 1. izd. Celje: Fakulteta za komercialne in poslovne vede, 2023. 116 str., ilustr. Zbirka Znanstvene monografije FKPV. ISBN 978-961-6997-18-8. [COBISS.SI-ID [136071427](#)]
- VUKASOVIČ, Tina, DIVJAK, Marko (avtor, urednik), et al. *Sodobni vidiki e-izobraževanja v visokem šolstvu : znanstvena monografija*. Maribor: DOBA fakulteta za uporabne poslovne in družbene študije, 2023. 301 str., graf. prikazi, tabele. ISBN 978-961-7061-13-0. [COBISS.SI-ID [152062723](#)]
- VUKASOVIČ, Tina. *Trženje - za teorijo in prakso*. Harlow: Pearson, cop. 2023. 240 str., ilustr. ISBN 978-1-80006-778-3. [COBISS.SI-ID [149712899](#)]
- VUKASOVIČ, Tina, PENKO, Tadeja. *Upravljanje blagovnih znamk in novih izdelkov*. 1. izd. Celje: Fakulteta za komercialne in poslovne vede, 2023. 119 str., ilustr. Zbirka Znanstvene monografije FKPV. ISBN 978-961-6997-19-5. [COBISS.SI-ID [138183427](#)]
- VUKASOVIČ, Tina. *Koncepti sodobnega trženja*. Harlow: Pearson, cop. 2020. VIII, 202 str., ilustr. ISBN 978-1-839-61084-4. [COBISS.SI-ID [40330501](#)]
- SLUGA, Anita, VUKASOVIČ, Tina. *Poprodajne aktivnosti kot konkurenčna prednost pri trženju izdelkov preko javnih naročil*. 1. izd. Dolga Poljana: Perfectus, svetovanje in izobraževanje, 2019. Zbirka Znanstvene monografije, Podzbirka Marketing in prodaja. ISBN 978-961-94549-7-8. http://www.andrejraspor.com/perfectus_zalozba, [Digitalna knjižnica Slovenije - dLib.si](#). [COBISS.SI-ID [300701440](#)]
- VUKASOVIČ, Tina, JAGODIČ, Gregor. *Osnove trženja in strateškega tržnega načrtovanja*. Harlow [etc.]: Pearson, cop. 2017. 218 str., ilustr. ISBN 978-1-78726-026-9. [COBISS.SI-ID [39044101](#)]
- VUKASOVIČ, Tina. *Osnove trženja za 21. stoletje*. 2. natis. Celje: Mednarodna fakulteta za družbene in poslovne študije, 2016. 152 str., ilustr. Znanstvene monografije MFDPS. ISBN 978-961-6813-37-2. ISSN 2232-2116. [COBISS.SI-ID [286675712](#)]
- VUKASOVIČ, Tina. *Ponašanje potrošača : celovit pristup istraživanju ponašanja potrošača*. Beograd: Društvo za unapređenje marketinga, 2016. 145 str., ilustr. ISBN 978-86-914881-9-2. [COBISS.SI-ID [223547404](#)]
- VUKASOVIČ, Tina. *Osnove trženja za 21. stoletje*. Celje: Mednarodna fakulteta za družbene in poslovne študije, 2015. 152 str., ilustr. Znanstvene monografije MFDPS. ISBN 978-961-6813-37-2. ISSN 2232-2116. [COBISS.SI-ID [281420800](#)]
- VUKASOVIČ, Tina. *Poreklo izdelka in vrednost blagovne znamke*. Celje: Mednarodna fakulteta za družbene in poslovne študije, 2013. 88 str., ilustr. Znanstvene monografije MFDPS. ISBN 978-961-6813-18-1, ISBN 978-961-6813-19-8. ISSN 2232-2116. <http://www.mfdps.si/si/strani/1467>, [Digitalna knjižnica Slovenije - dLib.si](#). [COBISS.SI-ID [265812224](#)]
- VUKASOVIČ, Tina. *Vedenje porabnikov : celovit pristop k raziskovanju vedenja porabnikov*. Celje: Mednarodna fakulteta za družbene in poslovne študije, 2013. 98 str., ilustr., tabele. Znanstvene monografije MFDPS. ISBN 978-961-6813-24-2. ISSN 2232-2116. <http://www.issbs.si/press/ISBN/978-961-6813-24-2.pdf>. [COBISS.SI-ID [270874880](#)]