

RAZISKOVANJE VEDENJA POTROŠNIKOV

NOSILEC: Prof. dr. Tina Vukasović

ECTS: 4 (20 ur predavanj; 20 ur vaj; 60 ur samostojnega dela)

VSEBINA:

1. Vedenje potrošnikov in raziskovanje vedenja potrošnikov.
2. Raziskovanje vedenja potrošnikov: faze procesa raziskovanja
3. Raziskovanje vedenja potrošnikov: kvalitativni in kvantitativni pristop.
4. Raziskovalni pristop: izbira in priprava. - 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.
9. Definiranje ključnega kupca "user persono"
10. Trendi v nakupnem vedenju potrošnikov v dobi digitalizacije.
11. Trendi v komuniciranju med podjetji in potrošniki v dobi digitalizacije.

PREDVIDENI ŠTUDIJSKI REZULTATI:

Razumevanje pojma potrošnik in potrošništvo.

Uporablja dobljena znanja in veščine pri razlagi osnovnih teorij, konceptov in vprašanj vedenja potrošnikov in poznal značilnosti vedenjskih procesov potrošnikov ter osnovnih teorij in modelov ter ved, ki proučujejo potrošnika.

Zna 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,

Zna uporabiti pridobljena znanja pri načrtovanju trženjskega spleta ter pozna vlogo in odgovornost samostojnega strokovnega in timskega dela.