

VEDENJE POTROŠNIKOV

NOSILKA: Prof. dr. Tina Vukasović

ECTS: 3 (20 ur predavanj; 10 ur vaj; 45 ur samostojnega dela)

VSEBINA:

- Uvod v vedenje potrošnikov.
- Namen raziskovanja vedenja potrošnikov.
- Raziskovanje vedenja potrošnikov: kvalitativni in kvantitativni pristop.
- Raziskovalni pristop: izbira in priprava. - opazovanje. - spraševanje: intervju, fokusna skupina, projekcijske tehnike. - eksperiment .
- Področje raziskovanja vedenja potrošnikov: makro dejavniki, notranji dejavniki, socialni dejavniki, situacijski dejavniki.
- Nakupni proces odločanja potrošnikov.
- Zadovoljstvo in zvestoba potrošnikov.
- Segmentiranje in pozicioniranje na trgu potrošnikov.

Vsebina predmeta se nanaša na domače in tuje prakse obravnavanih strokovnih tematik.

PREDVIDENI ŠTUDIJSKI REZULTATI:

Študent 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 trženjskega spleta,
- poznal vlogo in odgovornost samostojnega strokovnega in timskega dela.

Navedeni študijski izidi se nanašajo na poznavanje in razumevanje študijskih vsebin tudi v mednarodnem in medkulturnem kontekstu.