



STUDIJŲ DALYKO (MODULIO) APRAŠAS

Dalyko (modulio) pavadinimas	Kodas
Vartotojų elgsena	

Dėstytojas / a (-ai)	Padalinys (-iai)
Koordinuojantis (-i): doc. dr. Nijolė Bliūdžiuvienė Kitas / a (-i):	Vilniaus universiteto Komunikacijos fakulteto Leidybos ir reklamos bakalauro studijų programų komitetas. Saulėtekio al. 9, 503 kab., I rūmai, LT-10222 Vilnius

Studijų pakopa	Dalyko (modulio) tipas
Pirmoji	Individualiųjų studijų dalykas

Igyvendinimo forma	Vykdyto laikotarpis	Vykdyto kalba (-os)
Auditorinė	IV kursas, VII semestras (rudens);	Lietuvių

Reikalavimai studijuojančiajam	
Išankstiniai reikalavimai:	Gretutiniai reikalavimai (jei yra):

Dalyko (modulio) apimtis kreditais	Visas studento darbo krūvis	Kontaktinio darbo valandos	Savarankiško darbo valandos
5	130	52	78

Dalyko (modulio) tikslas

Dalyko tikslas. Vartojimas yra neatskiriama sociumo dalis. Socialinės ir kultūrinės aplinkos analizė yra būtina, siekiant argumentuotai pagrįsti kiekvienos verslo organizacijos rinkodaros projektų poreikį ir galimybes, siekiant identifikuoti vartotojų reikalavimus bei plėtojant lūkesčius viršijančius produktus. Todėl vartotojų elgsenos dalyko studijomis siekiama supažindinti studentus su pagrindinėmis vartotojų elgsenos teorijomis ir jų taikymo galimybėmis rinkodaroje, suformuoti vadybinį supratimą apie vidinius ir išorinius vartotojų elgsenos veiksnius, lemiančius vartotojo elgseną nuo poreikio atsiradimo iki konkretaus produkto įsigijimo ir vartojimo.

Bendrosios kompetencijos: Analitinis ir kritiškas mąstymas, gebėjimas dirbti savarankiškai.

Dalykinės kompetencijos: Pamatinės vartotojų elgsenos teorinės ir praktinės žinios bei esminės vartotojų elgsenos tyrimo žinios bei gebėjimai tinkamai jas taikyti leidybos sektoriuje.

Dalyko (modulio) studijų rezultatai	Studijų metodai	Vertinimo metodai
1. Suvokti, gebėti paaiškinti ir korektiškai vartoti pagrindines sąvokas, vartotojų elgsenos teorijos sampratas, principus ir jų panaudojimo galimybes rinkodaros projektuose.	Probleminės paskaitos, diskusija	Kaupiamasis vertinimas, kurį sudaro darbo pratybų metu ir egzamino rezultatai
2. Gebėti identifikuoti išorinius ir vidinius veiksnius, kurie gali daryti įtaką vartotojų elgesiui konkrečioje situacijoje, ir parinkti efektyvias rinkodaros priemones vartotojams paveikti.	Paskaitos, diskusija, atvejo analizė	Kaupiamasis vertinimas, kurį sudaro darbo pratybų metu ir egzamino rezultatai
3. Gebėti analizuoti vartotojo sprendimo pirkti procesą ir parinkti efektyvias rinkodaros priemones, kad	Paskaitos, diskusija, atvejo analizė	Kaupiamasis vertinimas, kurį sudaro darbo s pratybų metu ir egzamino rezultatai

sprendimas pirkti būtų palankus organizacijai ir vartotojui.		
4. Gebėti stebėti ir vertinti socialinės ir kultūrinės aplinkos pokyčių nulemtas pagrindines vartotojų elgsenos kaitos tendencijas bei atsižvelgiant į jas adaptuoti rinkodaros sprendimus.	Paskaitos, diskusija, atvejo analizė	Kaupiamasis vertinimas, kurį sudaro darbo pratybų metu ir egzamino rezultatai
5. Gebėti pristatyti auditorijai atliktą atvejo analizę ir diskutuoti apie vartotojų elgsenos analizės vaidmenį sėkmingam rinkodaros projektų inicijavimui ir įgyvendinimui.	Paskaitos, diskusija, atvejo analizė	Kaupiamasis vertinimas, kurį sudaro darbo pratybų metu ir egzamino rezultatai

Temos	Kontaktinio darbo valandos							Savarankiškų studijų laikas ir užduotys	
	Paskaitos	Konsultacijos	Seminarai	Pratybos	Laboratoriniai darbai	Praktika	Visas kontaktinis darbas	Savarankiškas darbas	Savarankiškai atliekamos užduotys
1. Vartotojų elgsena rinkodaroje. Konceptijos ir jų raida.	2			2			4	5	Literatūros studijavimas (Pikturnienė I., Kurtinaitienė J. p. 1–3; Bakanauskas, A. p. 9–18; Blythe. J. p. 10–17; Solomon, M. p. 3–35), diskusija
2. 2. Išoriniai vartotojų elgsenos veiksniai 2.1. Kultūra	2			2			4	6	Literatūros studijavimas (Pikturnienė I., Kurtinaitienė J. p. 181–24; Bakanauskas, A. p. 46–50; p. 189–206; Solomon, M. 401–427), atveju analizė, praktinėms užduotims
2.2. Socialinės klasės	2						2	5	Literatūros studijavimas (Pikturnienė I., Kurtinaitienė J. p. 181–241; Bakanauskas, A. p. 46–50; Blythe. J p. 196–206; Solomon, M. p. 401–427), užduočių pateiktys, diskusija
2.3. Įtakos grupės	2			2			4	6	Literatūros studijavimas (Bakanauskas, A. p. 55–67; Blythe. J p. 142–150; Solomon, M. p. 349–388), atvejų analizė, diskusija
2.4. Šeima	2						2	6	Literatūros studijavimas (Bakanauskas, A. p. 67–79; Blythe. J p. 150–162; Solomon, M. p. 388–401), diskusija, pasirengimas praktinėms užduotims

3. Vidiniai vartotojų elgsenos veiksniai 3.1. Psichografinės charakteristikos	2			2			4	6	Literatūros a studijavimas (Pikturnienė I., Kurtinaitienė J. p. 25–153; Bakanauskas, A. p. 79–108; Blythe. J p. 50–69; Solomon, M. p. 165–207), užduočių pateiktys, diskusija
3.2. Motyvacija	2			2			4	6	Literatūros studijavimas (Pikturnienė I., Kurtinaitienė J. p. 25–153; Bakanauskas, A. p. 106–125; Blythe. J p. 38–49; Solomon, M. p. 89–137), diskusija pasirengimas praktinėms užduotims
3.3. Suvokimas	2						2	5	Literatūros studijavimas (Pikturnienė I., Kurtinaitienė J. p. 25–153; Bakanauskas, A. p. 125–144; Blythe. J p. 69–99), atvejų analizė, diskusija
3.4. Mokymasis ir žinios	4						4	6	Literatūros studijavimas (Bakanauskas, A. p. 147–159; Blythe. J p. 89–103), atvejų analizė, diskusija
3.5. Įsitikinimai ir požiūriai	4			2			6	6	Literatūros studijavimas (Pikturnienė I., Kurtinaitienė J. p. 25–153; Bakanauskas, A. p. 159–180; Blythe. J p. 106–111; Solomon, M. p. 137–165), atvejų analizė
4. Vartotojo sprendimo procesas	4			2			6	6	Literatūros studijavimas (Pikturnienė I., Kurtinaitienė J. p. 269–403; Bakanauskas, A. p. 201–245; Blythe. J p. 113–141), užduočių pateiktys, diskusija
5. Socialinių procesų poveikis vartotojų elgsenai	4			2			6	6	Literatūros studijavimas (Bakanauskas, A. p. 259–309; Solomon, M. p. 159–302), atvejų analizė, diskusija
Pasiektų rezultatų aptarimas		2							
Pasirengimas egzaminui, egzaminas		2					4	9	
Iš viso	32	4		16			52	78	

Vertinimo strategija	Svoris proc.	Atsiskaitymo laikas	Vertinimo kriterijai
Darbas auditorijoje pratybų metu, praktinių vartotojų elgsenos užduočių atlikimas	60 %	Semestro metu	Tinkamas pratybų darbų atlikimas, aktyvus dalyvavimas pratybose, probleminių, diskusinių klausimų formulavimas, kritiškas kolegų pristatymų vertinimas, išsamių ir pagrįstų išvadų formulavimas. Suminiu balu vertinamos praktinių užsiėmimų metu

			<p>atliktos savarankiškos užduotys. 6 balai – užduotys atliktos puikiai, dalyvavimas visose pratybose. Balų skaičius mažinamas atitinkamai pagal vienos iš sudėtinių dalių neatitikimą reikalavimams arba neatlikimą nustatytu laiku. 0 balų – nustatytu laiku nepateikus darbų arba dalyvavus mažiau nei 3 seminaruose. Atsiskaitymai kitu laiku, nei numatyta, nevykdomi ir įvertinimai nekeičiami.</p>
Egzaminas	40 %	Sesijos metu	Egzamino testą sudaro 20 uždaro ir atviro tipo klausimų. Egzaminas išlaikytas surinkus nemažiau kaip 5 balus.

Autorius (-iai)	Leidimo metai	Pavadinimas	Periodinio leidinio Nr. ar leidinio tomas	Leidykla ar internetinė nuoroda
Privaloma literatūra				
Pikturnienė I., Kurtinaitienė J.	2010	Vartotojų elgsena: teorija ir praktika: vadovėlis		Vilniaus Universiteto leidykla
Bakanauskas, A.	2006	Vartotojų elgsena: mokomoji knyga		Kauno technologijos universitetas
Papildoma literatūra				
1. Blythe. Jim	2018	Consumer behavior	2nd ed	London, Sage
2. Solomon, Michael R.	2013	Consumer Behaviour: an European Perspective	5th ed.	Pearson Education