

DALYKO APRAŠAS

Dalyko (modulio) pavadinimas	Kodas
VARTOTOJŲ ELGSENOS EKONOMIKA	

Anotacija
Kurso metu studentai bus supažindinti su elgsenos ekonomikos reikšme ir studijų raida, su pagrindinėmis bihevioristinės mokyklos aspektais, vartotojų elgsenos teorija, išoriniais bei vidiniais vartotojo elgseną lemiančiais veiksniais, įvairių poveikiu vartotojų elgsenai bei kitais svarbiais elgsenos ekonomikos aspektais. Praktinių užsiėmimų (seminarų) metu studentai turės galimybę gautas teorines žinias taikyti praktiškai analizuodami savo, savo artimos aplinkos bei visuomenės elgseną skirtingose situacijose bei pagal atskirus rinkos segmentus. Tokiu būdu studentai galės geriau susipažinti su išanalizuota asmenine vartotojiška elgsena, identifikuoti vartotojiškos visuomenės elgseną ir priimti racionalius sprendimus.

Dėstytojas (-ai)	Padalinys (-iai)
Koordinuojantis: Prof. dr. Asta Mikalauskiene Kitas (-i):	Vilniaus universitetas Kauno fakultetas Socialinių mokslų ir taikomosios informatikos institutas Muitinės g. 8, LT–44280 Kaunas

Studijų pakopa	Dalyko (modulio) tipas
Pirmoji	Pasirenkamas

Įgyvendinimo forma	Vykdymo laikotarpis	Vykdymo kalba (-os)
Kontaktinė (auditorinė) ir savarankiškas darbas	5 semestras	Lietuvių

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

Dalyko (modulio) apimtis kreditais	Visas studento darbo krūvis	Kontaktinio darbo valandos	Savarankiško darbo valandos
5	133	52	81

Dalyko (modulio) tikslas: studijų programos ugdomos kompetencijos		
Vartotojų elgsenos ekonomikos dalyko tikslas yra įgyti teorinių žinių apie individų elgseną, išorinius bei vidinius individo elgseną lemiančius veiksnius bei sprendimo priėmimo procesą ir taikyti jas analizuojant situacijas bei vertinant vartotojo elgseną rinkoje.		
Dalyko (modulio) studijų siekiniai	Studijų metodai	Vertinimo metodai
Gebės taikyti elgsenos ekonomikos teorijas vykdant praktines užduotis, analizuojant ir įvertinant naujausią informaciją pagal atskirus rinkos segmentus ir tikslinę rinką. 1.1	Probleminis dėstymas, mokslinės literatūros analizė, grupės diskusija.	Pasirinktos temos atskleidimas ir pristatymas., tarpinis atsiskaitymas (apklausa raštu), egzaminas (apklausa raštu).
Gebės kompleksiskai nustatyti ir sistemiskai įvertinti vartotojų elgseną skirtingose kultūrose atsižvelgiant į organizacijos veiklą lemiančius veiksnius. 3.3	Probleminis dėstymas, mokslinės literatūros analizė, grupės diskusija.	Pasirinktos temos atskleidimas ir pristatymas., tarpinis atsiskaitymas (apklausa raštu), egzaminas (apklausa raštu).
Gebės vartotojų elgseną lemiančių vidinių bei išorinių veiksnių analizės pagalba	Informacijos paieška, mokslinės literatūros analizė, pranešimo	Pasirinktos temos atskleidimas ir pristatymas.

vertinti organizacijos veiklą bei pateikti siūlymus dėl organizacijos veiklos kokybės gerinimo. 4.2	rengimas, aktyvaus mokymosi metodai (grupės diskusija).	
Gebės nustatyti vartotojo elgsenos ypatumus atsižvelgiant į vartotojo galimybes ir biudžetinį ribotumą bei teikti siūlymus dėl vartotojo elgsenos ir nuostatų rinkoje. 8.3	Probleminis dėstymas, mokslinės literatūros analizė, grupės diskusija.	Pasirinktos temos atskleidimas ir pristatymas.

Temos	Kontaktinio darbo valandos							Savarankiškų studijų laikas ir užduotys	
	Paskaitos	Konsultacijos	Seminariai	Pratybos	Laboratoriniai	Praktika	Visas kontaktinis	Savarankiškas darbas	Užduotys
Įvadinė paskaita. Susipažinimas su kursu, bendrųjų dalyko nuostatų pateikimas.	1						1		
Individų elgsena. Elgsenos ekonomikos reikšmė ir studijų raida.	2		4				6	8	J. Moore, Behaviorism, The Psychological Record, p. 449–464. Daniel Kahneman, Mažumas, greitas ir lėtas, p. 124-143; 549-570. Papildomos mokslinės literatūros numatytomis temomis rinkimas, sisteminimas ir analizė, diskusinių klausimų rengimas.
Bihevioristinė mokykla. Vartotojų elgsenos teorija. Vartotojo elgsenos esmė. Rinkos segmentai ir tikslinė rinka.	2		4				6	8	Dan Ariely, Nuspėjama iracionalūs, p. 269-281. Mulder, P., Human Relations Theory by Elton Mayo. https://www.toolshero.com/management/human-relations-theory-elton-mayo/
Išoriniai vartotojų elgsenos veiksniai. Kultūra. Vartojimo kultūra.	2		4				6	8	Paula-Elena Diacon, From Economic Behaviour to Behavioural Economics, p. 171-180. Daniel Kahneman, Mažumas, greitas ir lėtas, p. 33-134.
Išoriniai vartotojų elgsenos veiksniai. Socialinė klasė, šeima ir referentinė grupė.	2		4				6	7	

									<p>Robert B. Cialdini, Įtakos menas. Kaip paveikti ir įtikinti, p. 74-92.</p> <p>Mohammad Faizul Haque; Mohammad Aminul Haque; Md. Shamimul Islam, Motivational Theories – A Critical Analysis, p. 61-68.</p> <p>Mikalauskienė Asta, Štreimikienė Dalia, Elgsenos ekonomika ir įvaizdžio formavimas, p. 63-76.</p> <p>Papildomos mokslinės literatūros numatytais temomis rinkimas, sisteminimas ir analizė, diskusinių klausimų rengimas.</p>	
Pasiruošimas tarpiniam atsiskaitymui.		2						2	10	Pasiruošimas tarpiniam atsiskaitymui.
Vidiniai vartotojo elgsenos veiksniai. Motyvacija, gyvenimo būdas, emocijos ir nuotaika.	2		4					6	8	<p>Mikalauskienė Asta, Štreimikienė Dalia, Elgsenos ekonomika ir įvaizdžio formavimas, p. 88-150.</p> <p>Dan Ariely, Nuspėjamai iracionalūs, p. 221-257.</p>
Vidiniai vartotojo elgsenos veiksniai. Suvokimas, mokymasis, įsitikinimai.	2		4					6	8	<p>Lekavičienė, R., Vasiliauskaitė, Z., Antinienė, D., Almonaitienė, J., Bendravimo psichologija šiuolaikiškai, p. 79-113.</p> <p>Nick Ortner, Emocinės laisvės technika, p. 67-91.</p> <p>Anthony Giddens, Sociologija, p. 37-57.</p>
Vartotojo sprendimo priėmimo procesas. Vartotojo galimybės ir biudžetinis ribotumas.	2		4					6	8	<p>Papildomos mokslinės literatūros numatytais temomis rinkimas, sisteminimas ir analizė, diskusinių klausimų rengimas.</p>
Įvaizdžio teorija vartotojo elgsenoje. Pirmasis įspūdis ir įvaizdis. Teigiamas įvaizdis. Įvaizdis ir dalykinė išvaizda.	1		4					6	6	<p>Papildomos mokslinės literatūros numatytais temomis rinkimas, sisteminimas ir analizė, diskusinių klausimų rengimas.</p>
Pasiruošimas egzaminui ir jo laikymas.		2						2	10	Pasiruošimas egzaminui (paskaitų konspektų analizė, mokslinės literatūros numatytais temomis analizė).
Iš viso	16	4	32					52	81	

Vertinimo strategija	Svoris proc.	Atsiskaitymo laikas	Vertinimo kriterijai
Tarpinis atsiskaitymas (apklausa raštu) T	30 %	9–10 savaitė	<p>Apklausa raštu sudaro 20 atvirojo ir uždarojo tipo klausimų, kiekvienas kurių įvertintas 0,5 balo.</p> <p>Atvirieji klausimai vertinami taip:</p> <p>0,5: Puikios ir geros žinios bei gebėjimai, gali būti neesminių klaidų.</p> <p>0,25: Vidutinės žinios ir gebėjimai, yra klaidų, žinios ir gebėjimai dar tenkina minimalius reikalavimus.</p> <p>0: Netenkinami minimalūs reikalavimai.</p> <p>Uždarieji klausimai turi keletą atsakymų variantų, iš kurių vienas yra teisingas. Pažymėjus teisingą atsakymą, vertinama 0,5 balo, neteisingai – 0 balų.</p> <p>Galutinis vertinimas: už klausimus gautų balų suma x 30 / 100 = apklausos raštu kaupiamasis balas.</p>
Švietimo užsiėmimas (paskaita) P	40 %	Seminarų metu pagal individualų studento datos pasirinkimą	<p>Diegiant naujus mokymo(-si) metodus paskaitą skaito, kelia diskusinius klausimus, argumentuotai vertina studentas, praktinio užsiėmimo metu pasirinkęs numatytąją temą.</p> <p>Šis metodas leidžia įsijausti į priimančiojo sprendimus poziciją, mokytis iš kitų klaidų, ugdo strateginį mąstymą.</p> <p>Vertinimo strategija:</p> <p>analitinės kompetencijos (gebėjimas atskirti duomenis nuo informacijos; klasifikuoti; išskirti teisingą ir neteisingą informaciją; analizuoti; pristatyti informaciją; rasti informacijos trūkumą ir sugebėti ją papildyti.) 3 balai;</p> <p>komunikacinės kompetencijos (gebėjimas vesti diskusijas; įtikinti aplinkinius ir oponentus; naudoti įvairias priemones; kooperaciją su grupe; ginti savo nuomonę, įsitikinimus; sudaryti trumpą, įtikinamą ataskaitą) 3 balai;</p> <p>socialinės kompetencijos (žmonių veiksmų vertinimas; gebėjimas klausytis; palaikyti diskusiją ar argumentuoti priešingą nuomonę) 2 balai;</p> <p>savianalizės kompetencijos (gebėjimas vertinti savo žinias bei įžvalgas atsakant į diskusinius klausimus; valdyti auditoriją; planuoti asmeninį ir grupės laiką) 2 balai.</p> <p>Paskaita praturtinama vaizdinėmis priemonėmis bei, esant reikalui, dalomąja medžiaga.</p> <p>Spausdintas švietimo užsiėmimo variantas neteikiamas, tačiau pristatymas (Power Point) talpinamas į virtualaus mokymosi aplinką (VMA) arba MS Teams platformoje. Paskaitos kokybė vertinama 10 balų skalėje pagal VU vertinimo kriterijus.</p> <p>Galutinis vertinimas: už pristatymą gautų balų suma x 40 / 100 = paskaitos kaupiamasis balas.</p>

Egzaminas (apklausa raštu), E	30 %	Sesijos metu numatytu laiku	<p>Apklausa raštu sudaro 20 atvirojo ir uždarojo tipo klausimų, kiekvienas kurių įvertintas 0,5 balo.</p> <p>Atvirieji klausimai vertinami taip: 0,5: Puikios ir geros žinios bei gebėjimai, gali būti neesminių klaidų. 0,25: Vidutinės žinios ir gebėjimai, yra klaidų, žinios ir gebėjimai dar tenkina minimalius reikalavimus. 0: Netenkinami minimalūs reikalavimai.</p> <p>Uždarieji klausimai turi keletą atsakymų variantų, iš kurių vienas yra teisingas. Pažymėjus teisingą atsakymą, vertinama 0,5 balo, neteisingai – 0 balų.</p> <p>Galutinis vertinimas: už klausimus gautų balų suma x 30 / 100 = apklausos raštu kaupiamasis balas.</p>
Galutinis įvertinimas = T*0,3+P*0,4+E*0,3			

Autorius	Leidimo metai	Pavadinimas	Periodinio leidinio Nr. ar leidinio tomas	Leidimo vieta ir leidykla ar internetinė nuoroda
Privalomoji literatūra				
J. Moore	2011	Behaviorism	No. 61	The Psychological Record, p. 449–464. Prieiga per internetą: https://www.researchgate.net/publication/299100427_Behaviorism
Daniel Kahneman	2016	Mąstymas, greitas ir lėtas		Vilnius: Eugrimas, 640 p.
Dan Ariely	2018	Nuspėjimai iracionalūs		Vilnius: Psichologija tau, 303 p.
Mulder, P.	2017	Human Relations Theory by Elton Mayo		Prieiga per internetą: https://www.toolshero.com/management/human-relations-theory-elton-mayo/
Paula-Elena Diacon	2016	From Economic Behaviour to Behavioural Economics	Vol. 10, no. 1	Economica, p. 171-180. Prieiga per internetą: https://www.researchgate.net/publication/304215489_From_Economic_Behaviour_to_Behavioural_Economics
Robert B. Cialdini	2017	Įtakos menas. Kaip paveikti ir įtikinti.		Vilnius, Alma litera, 424 p.
Mohammad Faizul Haque; Mohammad Aminul Haque; Md. Shamimul Islam	2014	Motivational Theories – A Critical Analysis	Vol. 8 No. 1	ASA University Review, January–June, Prieiga per internetą: https://www.researchgate.net/publication/306255973_Motivational_Theories_-_A_Critical_Analysis
Mikalauskiene Asta, Štreimikienė Dalia	2011	Elgsenos ekonomika ir įvaizdžio formavimas. Mokymo ir metodinė priemonė.	ISBN: 9789955634928	Vilnius: Vilniaus universitetas. 160 p.
Nick Ortner	2015	Emocinės laisvės		Vilnius: Obuolys, 317 p.

		technika		
Lekavičienė, R., Vasiliauskaitė, Z., Antinienė, D., Almonaitienė, J.	2010	Bendravimo psichologija šiuolaikiškai		Vilnius: Alma litera, 439 p.
Tom Watson and Philip J. Kitchen	2015	Reputation Management: Corporate Image and Communication		Prieiga per internetą: https://www.researchgate.net/publication/287813909_Reputation_Management_Corporate_Image_and_Communication
Papildoma literatūra				
Anthony Robbins	2017	Pažadinkite savyje milžiną		Vilnius: UAB Luceo, 660 p.
Douglas Stone, Sheila Heen	2018	Grįžtamasis ryšys		Vilnius: Alma litera, Vilnius, Alma litera, 397 p.
Kerevičienė Jurgita	2014	Pedagoginės psichologijos užrašai. Mokomoji knyga aukštųjų mokyklų studentams.	ISBN 978- 609-459-306- 2	Kaunas (elektroninėje laikmenoje). Prieiga per internetą: http://www.khf.vu.lt/dokumentai/failai/katedru/germanu/vukhf_Kereviciene_Pedagogines_psichologijos_uzrasai.pdf