

Univerza v Ljubljani
Fakulteta za družbene vede



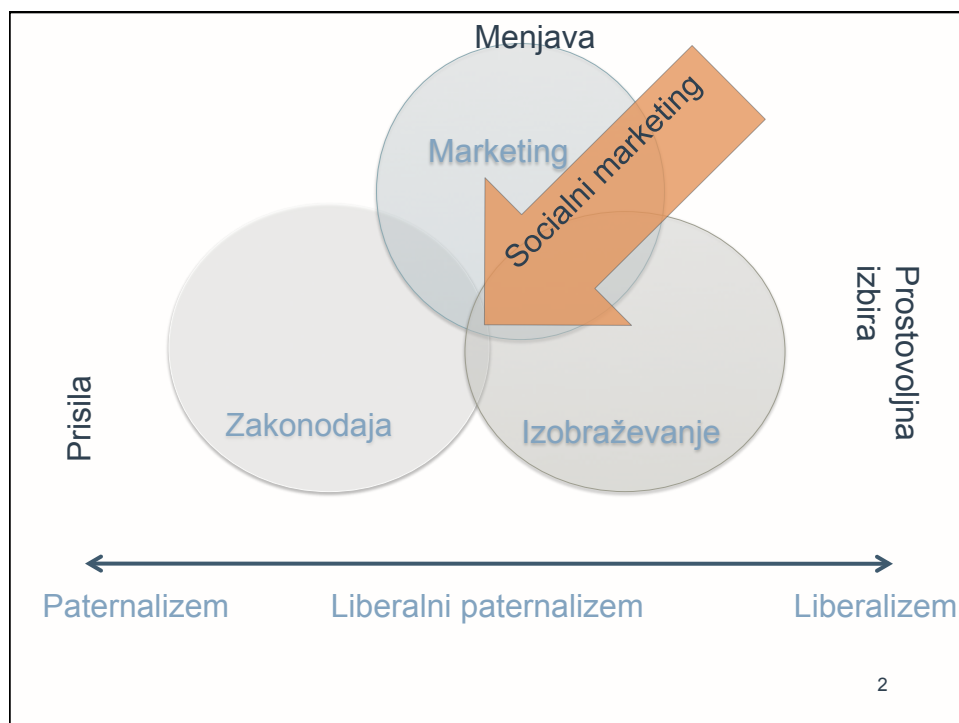
1961
2011

Modeli spreminjanja vedenja

Doc. dr. Tanja Kamin

FDV, Katedra za tržno komuniciranje in odnose z javnostmi
Posvet nevladnih organizacij in ostalih akterjev na področju
preprečevanja zasvojenosti, 20.9.2012

50 let znanosti o družbi.





Tri vprašanja s katerimi začnemo v socialno marketinških programih?

Kje so naši ciljni posamezniki v odnosu do določenega vedenja?	Transteoretski model; teorija Stopenjskih sprememb vedenja (Ali se posameznik zaveda, da tvegano pije? Ali zaznava, da je tvegano pitje problem?)
Kateri dejavniki vplivajo na to njegovo pozicijo?	Socio-kognitivna teorija (Zakaj mladostniki iz Celja jedo premalo sadja?)
Kako lahko to pozicijo spremenimo v želeno smer?	Teorija menjave (Kaj naj storimo, da bodo posamezniki motivirani za menjavo svojih obstoječih navad in želja s predlaganimi?)

4

Tri vprašanja s katerimi začnemo v socialno marketinških programih?

Kje so naši ciljni posamezniki v odnosu do določenega vedenja?	Transteoretski model; teorija Stopenjskih sprememb vedenja (Ali se p... znil... a, da tve... no pije? Ali... em?)
Kateri dejavniki vplivajo na to njegovo pozicijo?	Raziskovanje !!!!
Kako lahko to pozicijo spremenimo v želeno smer?	(V... naj... o, d... o posan... niki motiviran... menjav... vojih obsto... čih navad in želja s... dlaganim...)

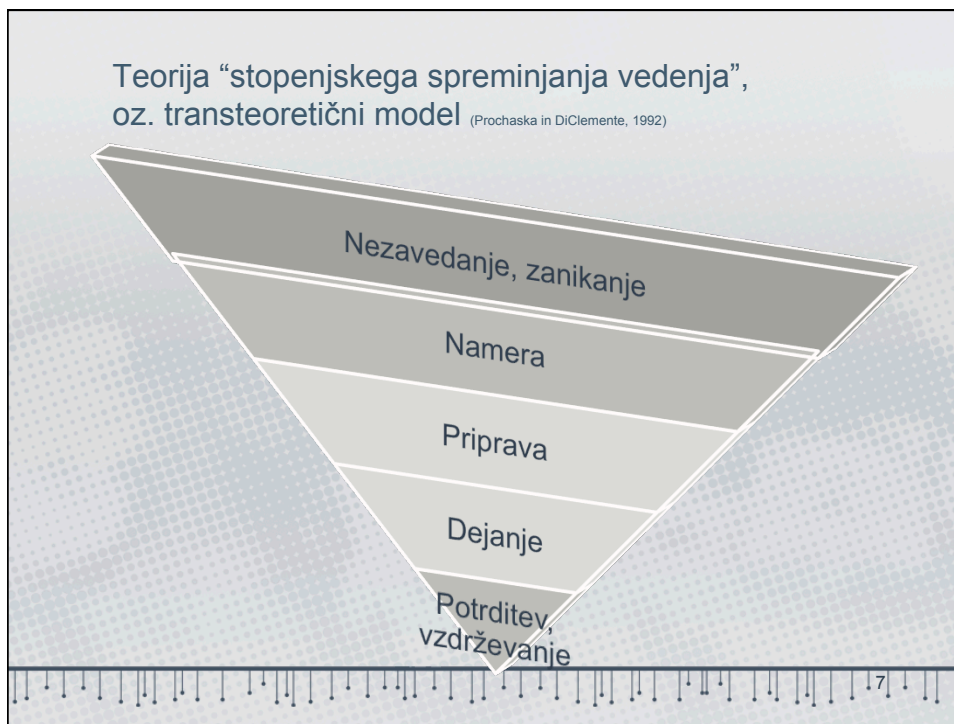
5

Razsežnost (zahtevnost) socialnega marketinga

Družboslovne znanosti, javno zdravje ...

Marketing

6



Posvet nevladnih organizacij in ostalih akterjev na področju preprečevanja zasvojenosti, 20.9.2012

