

**SVEUČILIŠTE/UNIVERZITET „VITEZ“ VITEZ**

<b>ORGANIZACIJSKA JEDINICA:</b> Fakultet poslovne ekonomije																						
<b>NAZIV PREDMETA:</b> Ponašanje potrošača	<b>ŠIFRA:</b> 5.01.05.E035																					
<b>Nivo:</b> Dodiplomski <b>Godina:</b> IV(četvrta)	<b>Redni broj predmeta:</b> E035																					
<b>Status predmeta:</b> Obavezni	<b>Semestar:</b> VII (sedmi)																					
<b>Ukupno radno opterećenje studenta:</b> 180 sati	<b>ECTS:</b> 6																					
<b>Cilj predmeta:</b>	Osnovni cilj kolegija je pružiti studentima korisne teorijske spoznaje o ponašanju potrošača, te ukazati na važnost razumijevanja i primjene istih u praksi. Ponašanje potrošača dio je ljudskog ponašanja i kao takvo izrazito je složeno, dinamično i interesantno područje znanstvenih istraživanja. Razumijevanje ponašanja potrošača, zašto i kako kupuju, te koriste i odlažu proizvode, marketinškim je stručnjacima od ključne važnosti, kako bi mogli kreirati marketinšku strategiju i kako bi mogli ostvariti konkurentsku prednost.																					
<b>Kompetencije/obrazovni ishodi</b>	Nakon polaganja ovog ispita studenti će imati znanje vezano za poznavanje ponašanja potrošača i to saznanje ugađivati u marketinške planove																					
<b>Savladane vještine</b>	Polaganjem ovog predmeta student će savladati vještine vezano za istraživanje potrošača, segmentiranje tržišta i uticanje na donošenje odluka potrošača.																					
<b>Osnovni sadržaj predmeta</b>	1. UVOD U PONAŠANJE POTROŠAČA 2. ISTRAŽIVANJE POTROŠAČA I SEGMENTACIJA TRŽIŠTA 3. MOTIVACIJA POTROŠAČA 4. PERCEPCIJA I UČENJE POTROŠAČA 5. STVARANJE I MIJENJANJE STAVOVA POTROŠAČA 6. KOMUNIKACIJE I PONAŠANJE POTROŠAČA 7. DONOŠENJE ODLUKA POTROŠAČA 8. MODEL DONOŠENJA ODLUKE POTROŠAČA 9. PONAŠANJE ORGANIZACIJSKOG KUPCA 10. KONZUMERIZAM																					
<b>Predmeti koji su preduvjet polaganja</b>																						
<b>Način izvođenja nastave</b>																						
Način izvođenja predavanja:	Način izvođenja vježbi:																					
a) Ex katedra.....50 %	a) Obrada slučaja – grupno.....40 %																					
b) Diskusija.....40 %	b) Obrada slučaja – individualno.....40 %																					
c) Gost predavač.....10 %	c) Diskusija – prezentacija.....20 %																					
Ukupno: 100 %	Ukupno: 100 %																					
<b>Sistem ocjenjivanja</b>																						
<b>a) Osvajanje bodova u toku i na kraju semestra</b>	<b>b) Visina ocjene prema broju osvojenih bodova</b>																					
1. Test 1–prvi kolokvij (prvih 50% gradiva) .....30 bodova	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Ocjena</th> <th>Broj bodova</th> <th>Opisna ocjena</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>5</td> <td>0 – 54</td> <td>Nedovoljan</td> </tr> <tr> <td>6</td> <td>55 – 64</td> <td>Dovoljan</td> </tr> <tr> <td>7</td> <td>65 – 74</td> <td>Zadovoljava</td> </tr> <tr> <td>8</td> <td>75 – 84</td> <td>Dobar</td> </tr> <tr> <td>9</td> <td>85 – 94</td> <td>Vrlo dobar</td> </tr> <tr> <td>10</td> <td>95 – 100</td> <td>Izvrstan</td> </tr> </tbody> </table>	Ocjena	Broj bodova	Opisna ocjena	5	0 – 54	Nedovoljan	6	55 – 64	Dovoljan	7	65 – 74	Zadovoljava	8	75 – 84	Dobar	9	85 – 94	Vrlo dobar	10	95 – 100	Izvrstan
Ocjena		Broj bodova	Opisna ocjena																			
5		0 – 54	Nedovoljan																			
6		55 – 64	Dovoljan																			
7		65 – 74	Zadovoljava																			
8		75 – 84	Dobar																			
9	85 – 94	Vrlo dobar																				
10	95 – 100	Izvrstan																				
2. Test 2 - drugi kolokvij (drugih 50% gradiva).....30 bodova																						
3. Predavanje (nazočnost na predavanjima i vježbama i aktivno participiranje u nastavi) .....20 bodova																						
4. Vježbe (seminarski rad ili esej uz iradu ppt prezentacije).....20 bodova																						
Ukupno :.....100 bodova																						
<b>NAPOMENA:</b> Za vanredne i DL studente, tačka 3. glasi: seminarski rad ili esej (case study) = 30 bodova, tačka 4. glasi: prezentacija seminarskog rada = 0 – 5 bodova, te se dodaje tačka 5.: prisustvo uvodnom predavanju = 0 – 5 bodova. Student ima pravo na popravni iz tačke 1., 2., i 4., odnosno 3. (vanredni i DL studenti), ukoliko je nezadovoljan ocjenom sa osvojenim bodovima ili nije u određenom terminu pristupio testu ili nije predao rad po tački 4., odnosno 3. (VS i DL).																						
<b>LITERATURA:</b>																						
<b>Osnovna:</b>																						
1. KESIĆ, T., PONAŠANJE POTROŠAČA, 2. IZMIJENJENO I DOPUNJENO IZDANJE, OPINIO, ZAGREB, 2006.																						
<b>Dopunska:</b>																						
2. Evans, M., Jamal, A., Foxall, G., Consumer Behaviour, Wiley, 2009.																						
3. Blackwell, R. D., Miniard, P. W., Engel, J. F., Consumer Behavior, Thomson/South--Western, 2006.																						
4. Wright, R., Consumer Behaviour, Thompson Learning, London, UK, 2006.																						
5. Peter, J. P., Olson, J. C., Consumer Behavior and Marketing Strategy, McGraw-Hill/Irwin, Boston, MA, 2005.																						
6. Schiffman, L. G., Kanuk, L. L., Ponašanje potrošača, Mate, Zagreb, 2004.																						