

**SVEUČILIŠTE/UNIVERZITET „VITEZ“ VITEZ**

<b>ORGANIZACIJSKA JEDINICA: Fakultet poslovne ekonomije</b>																						
<b>NAZIV PREDMETA: Ponašanje potrošača</b>	<b>ŠIFRA: 5.01.04.E035</b>																					
<b>PREDMETNI NASTAVNIK: prof. dr. Lordan Iličić</b>	<b>Email: lordan.ilicic@unvi.edu.ba</b>																					
<b>Nivo: Dodiplomski</b>	<b>Godina: IV (četvrta)</b>																					
<b>Status predmeta: Obavezni</b>	<b>Redni broj predmeta: E035</b>																					
<b>Ukupno radno opterećenje studenta: 180 sati</b>	<b>Semestar: VII (sedmi)</b>																					
<b>Cilj predmeta:</b>	<b>ECTS: 6</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>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. UVOD U PONAŠANJE POTROŠAČA</li> <li>2. ISTRAŽIVANJE POTROŠAČA I SEGMENTACIJA TRŽIŠTA</li> <li>3. MOTIVACIJA POTROŠAČA</li> <li>4. PERCEPCIJA I UČENJE POTROŠAČA</li> <li>5. STVARANJE I MIJENJANJE STAVOVA POTROŠAČA</li> <li>6. KOMUNIKACIJE I PONAŠANJE POTROŠAČA</li> <li>7. DONOŠENJE ODLUKA POTROŠAČA</li> <li>8. MODEL DONOŠENJA ODLUKE POTROŠAČA</li> <li>9. PONAŠANJE ORGANIZACIJSKOG KUPCA</li> <li>10. KONZUMERIZAM</li> </ol>																					
<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>																					
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Test 1–prvi kolokvij (prvih 50% gradiva) .....30 bodova</li> <li>2. Test 2 - drugi kolokvij (drugih 50% gradiva).....30 bodova</li> <li>3. Predavanje (nazočnost na predavanjima i vježbama i aktivno participiranje u nastavi) .....20 bodova</li> <li>4. Vježbe (seminarski rad ili esej uz iradu ppt prezentacije).....20 bodova</li> </ol> <p align="right">Ukupno :.....100 bodova</p>	<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																				
<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. Schiffman, L. G., Kanuk, L. L., Ponašanje potrošača, Mate, Zagreb, 2004.																						
3. Evans, M., Jamal, A., Foxall, G., Consumer Behaviour, Wiley, 2009.																						
4. Blackwell, R. D., Miniard, P. W., Engel, J. F., Consumer Behavior, Thomson/South--Western, 2006.																						
5. Wright, R., Consumer Behaviour, Thompson Learning, London, UK, 2006.																						
6. Peter, J. P., Olson, J. C., Consumer Behavior and Marketing Strategy, McGraw-Hill/Irwin, Boston, MA, 2005.																						