

Šifra: MAR4040	Naziv predmeta: PONAŠANJE POTROŠAČA II		
Nivo: II ciklus studija	Godina: I	Semestar: II	Broj ECTS kredita: 6
Status: obavezni			Ukupan broj sati: 30
1. CILJ PREDMETA	Izučavanja ovog predmeta omogućava studentima razumijevanje specifičnosti potrošačkog ponašanja u određenim industrijama, u posebnim prilikama i na globalnom tržištu. Predmet analizira trendove koji su prisutni u poslovanju i prilagođavanje kompanija da razumiju te trendove, te im se prilagode tako da zadovolje želje i potrebe svojih potrošača.		
1.1. Osnovne tematske jedinice	1. Razumijevanje važnosti analize potrošača 2. Globalni trendovi i specifičnosti BiH 3. Potrošač kao individua (motivi, percepcija, ličnost, stavovi) 4. Potrošač kao član grupe (porodica, klasa, kultura, subkulture) 5. Životni stil 6. Segmentacija i pozicioniranje 7. Specifična tržišta i njihov utjecaj na ponašanje 8. Kreiranje komunikacijske poruke za ciljno tržište 9. Kupono i postkupovno ponašanje potrošača 10. Zadržavanje kupaca i izgradnja lojalnosti		
1.2. Rezultati učenja	Nakon kompletiranog predmeta student će razumijeti aktualno ponašanje na tržištu, promjene u okruženju i mogućnosti koje marketarima stoje na raspolaganju. Razumijevanje specifičnih karakteristika potrošača omogućava adekvatniju segmentaciju tržišta i pozicioniranje na ciljnu skupinu. Posebno, student će razumjeti važnost praćenja okruženja i promjena u trećim godinama koje prate promjene u ponašanju potrošača.		
2. NAČIN ORGANIZACIJE NASTAVE			
Opis aktivnosti			
2.1. Način izvođenja nastave	1. ex katedra 2. diskusije 3. studije slučaja 4. druge aktivnosti	1. 30% 2. 30% 3. 20% 4. 20%	
Učešće u ocjeni (%)			
2.2. Način ocjenjivanja studenata	1. testovi (2X) 2. prezentacije studenata 3. studije slučaja 4. projekat	1. 50% 2. 10% 3. 10% 4. 30%	
3. LITERATURA	1. Solomon, M.R. (2010): Consumer Behavior, 9 edition, Prentice Hall 2. Čičić, M., M. Husić i S. Kukić (2009): Ponašanje potrošača, Ekonomski fakultet u Mostaru 3. Shiffman L.G. i L.L. Kanuk, Consumer Behaviour, 7. izdanje, Prentice Hall, prijevod MATE Zagreb 2004.		