

NAZIV PREDMETA		Ponašanje potrošača				
Kod	EUB208	Godina studija	3			
Nositelj/i predmeta	prof.dr.sc. Mirela Mihić doc.dr.sc. Ivana Kursan Milaković	Bodovna vrijednost (ECTS)	5			
Suradnici	doc.dr.sc. Ivana Kursan Milaković	Način izvođenja nastave (broj sati u semestru)	P	S	V	T
			26		26	
Status predmeta	Obvezni/izborni	Postotak primjene e-učenja	20%			
OPIS PREDMETA						
Ciljevi predmeta	Cilj ovog kolegija jest studentima omogućiti: (1) upoznavanje i usvajanje različitih teorijskih koncepata i spoznaja korisnih za razumijevanje ponašanja potrošača i identificiranje čimbenika koji utječu na to ponašanje; (2) primjenu teorijskih saznanja u kreiranju odgovarajuće marketinške strategije s ciljem prilagođavanja potrošaču, ali i utjecaja na njegovo ponašanje.					
Uvjeti za upis predmeta i ulazne kompetencije potrebne za predmet	Propisani Statutom Ekonomskog fakulteta, te Pravilnikom o studiju i studiranju. Poznavanje osnovnih programa Microsoft Office-a.					
Očekivani ishodi učenja na razini predmeta (4-10 ishoda učenja)	Ishod učenja predmeta: 1. Analizirati koncepte i spoznaje o ponašanju potrošača s ciljem kreiranja marketinških poticaja i strategija kojima se nastoji utjecati na mišljenje i ponašanje potrošača.					
	Pojedinačni ishodi učenja: 1. Identificirati varijable za segmentaciju tržišta krajnje potrošnje s ciljem izdvajanja tržišnih segmenata; 2. Analizirati društvene i/ili psihološke čimbenike koji determiniraju ponašanje potrošača, kao i marketinške implikacije takvih utjecaja; 3. Analizirati osobne čimbenike koji determiniraju ponašanje potrošača, kao i marketinške implikacije takvih utjecaja; 4. Procijeniti ponašanje potrošača u pojedinim fazama procesa odlučivanja o kupnji i njegov utjecaj na ponašanje marketera.					
Sadržaj predmeta detaljno razrađen prema satnici nastave	Predavanja		Sati	Vježbe		Sati
	Uvod u ponašanje potrošača: Što je ponašanje potrošača i zašto ga proučavati?		2	Uvod u ponašanje potrošača. Smjernice za izradu projektnog zadatka. Praktični zadatak i diskusija.		2
	Segmentacija tržišta: Osnove, kriteriji i strategije uspješne segmentacije.		2	Segmentacija tržišta: Kriteriji i strategije uspješne segmentacije. Praktični zadatak i diskusija.		2
	Kulturni čimbenici i ponašanje potrošača: Kultura i subkultura.		2	Kulturni čimbenici i ponašanje potrošača: Kultura i subkultura. Praktični zadatak i diskusija.		2
	Društveni čimbenici i ponašanje potrošača (I): Nastavak kulture. Socijalizacija.		2	Društveni čimbenici i ponašanje potrošača (I): Nastavak kulture. Socijalizacija. Praktični zadatak i diskusija.		2

	Društveni čimbenici i ponašanje potrošača (II): Društvo i društveni staleži.	2	Društveni čimbenici i ponašanje potrošača (II): Društvo i društveni staleži. Praktični zadatak i diskusija.	2
	Društveni čimbenici i ponašanje potrošača(III): Društvene grupe. Obitelj.	2	Društveni čimbenici i ponašanje potrošača(III): Društvene grupe. Obitelj. Praktični zadatak i diskusija.	2
	Društveni čimbenici i ponašanje potrošača (IV): Situacijski čimbenici.	2	Društveni čimbenici i ponašanje potrošača (IV): Situacijski čimbenici. Praktični zadatak i diskusija.	2
	Individualni čimbenici i ponašanje potrošača (I): Motivi i motivacija.	2	Individualni čimbenici i ponašanje potrošača (I): Motivi i motivacija. Praktični zadatak i diskusija.	2
	Individualni čimbenici i ponašanje potrošača (II): Percepcija.	2	Individualni čimbenici i ponašanje potrošača (II): Percepcija. Praktični zadatak i diskusija.	2
	Individualni čimbenici i ponašanje potrošača (III): Stavovi. Obilježja ličnosti, vrijednosti i stil života.	2	Individualni čimbenici i ponašanje potrošača (III): Stavovi. Obilježja ličnosti, vrijednosti i stil života. Praktični zadatak i diskusija.	2
	Psihološki čimbenici i ponašanje potrošača. Proces učenja.	2	Psihološki čimbenici i ponašanje potrošača Proces učenja. Komunikacija u grupi i osobni utjecaji. Praktični zadatak i diskusija.	2
	Proces donošenja odluke o kupovini (I): Spoznaja problema. Traženje informacija. Procjena alternativa. Ponašanje potrošača na internetu.	2	Proces donošenja odluke o kupovini (I): Spoznaja problema. Traženje informacija. Procjena alternativa. Praktični zadatak i diskusija.	2
	Proces donošenja odluke o kupovini (II): Izbor i donošenje odluke o kupovini. Poslijekupovno ponašanje. Širenje inovacija.	2	Proces donošenja odluke o kupovini (II): Donošenje odluke o kupovini. Poslijekupovno ponašanje. Praktični zadatak i diskusija.	2
Vrste izvođenja nastave:	☐ <u>predavanja</u> ☐ seminari i radionice ☐ <u>vježbe</u> ☐ <i>on line</i> u cijelosti ☐ <u>mješovito e-učenje</u> ☐ terenska nastava ☐ <u>samostalni zadaci</u> ☐ <u>multimedija</u> ☐ laboratorij ☐ mentorski rad ☐ (ostalo upisati)			
Obveze studenata	Da bi ostvario pravo na potpis redoviti student mora pohađati predavanja i vježbe minimalno 60% (pri čemu nije moguće kompenzirati jedno s drugim), pristupiti evaluacijskim zadacima			

2021./2022.

	(minimalno njih 2), te izraditi 50% projektnog zadatka, pri čemu isti mora biti pozitivno ocijenjen.					
Praćenje rada studenata (<i>upisati udio u ECTS bodovima za svaku aktivnost tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta</i>):	Pohađanje nastave	1.6	Istraživanje		Praktični zadaci/evaluacijski testovi	0.2
	Eksperimentalni rad		Referat		Aktivnost u nastavi	
	Esej		Seminarski rad		(Ostalo upisati)	
	Kolokviji		Usmeni ispit		(Ostalo upisati)	
	Pismeni ispit		Projekt	3.2	(Ostalo upisati)	
Ocjenjivanje i vrjednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu	Ispit se sastoji od izrade individualnog projektnog zadatka koji će obuhvaćati više zadataka/problemskih pitanja (njih 14), te pokrivati gradivo pojedinih nastavnih cjelina i omogućiti provjeru ishoda učenja. Studenti će prvi dio zadatka (1-7) predati 8. tjedan, a drugi dio (8-14) 15. tjedan semestra. Evaluacijski zadaci navedeni pod „obveze studenata“ poslužiti će za procjenu razumijevanja gradiva i pripremu studenata za izradu projektnog zadatka.					
	Ispit se smatra položenim ako je student pozitivno izradio projektni zadatak, odnosno ostvario pozitivnu ocjenu iz svih dijelova zadatka. Bodovni pragovi (%) i odgovarajuće ocjene za pisanu provjeru znanja (izradu projektnog zadatka) iznose: 0-49 nedovoljan (1) 50-62 dovoljan (2) 63-75 dobar (3) 76-88 vrlo dobar (4) 89-100 izvrstan (5)					
Obvezna literatura (dostupna u knjižnici i putem ostalih medija)	Naslov			Broj primjeraka u knjižnici	Dostupnost putem ostalih medija	
	Kesić, T., <i>Ponašanje potrošača</i> , Opinio, Zagreb, 2006.			10	-	
	Materijali dani na nastavi			-	Moodle	
Dopunska literatura	<i>Udžbenici i knjige:</i> Grbac, B., Lončarić, D., <i>Ponašanje potrošača na tržištu krajnje i poslovne potrošnje</i> , Ekonomski fakultet Sveučilišta u Rijeci, Rijeka, 2010. Mihić, M., <i>Kroskulturno ponašanje potrošača i marketinška komunikacija</i> , 2010., Ekonomski fakultet u Splitu, 2010. Mothersbaugh, D.L., Hawkins, Del I., <i>Consumer Behavior: Building Marketing Strategy</i> , McGraw-Hill Education, New York, 2016. Schiffman, L. G., Kanuk, L. L., <i>Consumer Behavior</i> , Pearson/Prentice Hall, Upper Saddle River, New Jersey, 2004.					

2021./2022.

	<i>Članci:</i> Anić, I.D., Mihić, M., Kursan Milaković, I. <i>Antecedents and outcomes of fashion innovativeness in retailing</i>, Service industries journal, Vol. 38, No. 9-10, 2018. Mihić, M., <i>Segmentacija tržišta temeljem osjetljivosti potrošača na vrstu utjecaja referentnih grupa : multivarijatna analiza</i>, Tržište, 18, 1/2, 2006. Mihić, M., Anić, I.D., Kursan Milaković, I., <i>Time spent shopping and consumer clothing purchasing behaviour</i>, Ekonomski pregled, 69, 2018. <i>Ostali izvori:</i> Vijesti s portala Ja Trgovac (www.jatrgovac.com) Vijesti/članci s portala/časopisa Poslovni dnevnik (www.poslovni.hr) Vijesti/savjeti sa internet stranice Ministarstva gospodarstva, vezani za problematiku zaštite potrošača (http://potrosac.mingo.hr/hr/potrosac) Tematski video zapisi s Youtube.com i TED kanala (https://www.ted.com/) Samostalno oblikovani/pripremljeni poslovni slučajevi i zadaci od strane nastavnika
Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje utvrđenih ishoda učenja	• Praćenje pohađanja nastave i uspješnosti izvršenja ostalih obveza studenata (nastavnik) • Nadzor izvođenja nastave (prodekan za nastavu) • Analiza uspješnosti studiranja po svim predmetima studija (prodekan za nastavu) • Studentska anketa o kvaliteti nastavnika i nastave za svaki predmet studija (UNIST, Centar za unaprjeđenje kvalitete) • Ispitom koji provodi predmetni nastavnik provjeravaju se svi ishodi učenja predmeta. Periodično se vrši provjera sadržaja ispita, temeljem koje se utvrđuje primjerenost načina provjeravanja ishoda učenja (prodekan za nastavu)
Ostalo (prema mišljenju predlagatelja)	