

NAZIV PREDMETA		PONAŠANJE POTROŠAČA					
Kod		Godina studija	3.				
Nositelj/i predmeta	Danijela Perkušić Malkoč, predavač	Bodovna vrijednost (ECTS)	4				
Suradnici		Način izvođenja nastave (broj sati u semestru)	P	S	V	T	
			30	15	15		
Status predmeta	Izborni	Postotak primjene e-učenja	20%				
OPIS PREDMETA							
Ciljevi predmeta	1. Razumijevanje temeljnih zakonitosti i principa ponašanja potrošača s ciljem utjecaja na njihove kupovne odluke. 2. Analiza razloga i motiva kupnje potrošača. 3. Prepoznati utjecaj situacijskih čimbenika na donošenje odluke o kupnji. 4. Prepoznati razloge poslijekupovnog (ne)zadovoljstva potrošača. 5. Primjena usvojenih znanja i vještina na tržištu sa ciljem prilagođavanja različitim tržišnim promjenama i oblicima ponašanja potrošača.						
Uvjeti za upis predmeta i ulazne kompetencije potrebne za predmet	Nema						
Očekivani ishodi učenja na razini predmeta (4-10 ishoda učenja)	6. Opisati temeljne zakonitosti i principe ponašanja potrošača. 7. Prepoznati različite motive potrošača i njihov utjecaj na kupovne odluke. 8. Prepoznati značaj situacijskih čimbenika na donošenje odluke o kupnji. 9. Predložiti načine prevencije poslijekupovne disonance, 10. Izabrati optimalan pristup u rješavanju problema potrošača, 1. Prepoznati najadekvatnije načine utjecaja na ponašanje potrošača.						
Sadržaj predmeta detaljno razrađen prema satnici nastave	Tjeda n	Sat i	Oblik nastave	Tema			
	1.	2	Predavanja	Uvod u kolegij Ponašanje potrošača. Utjecaj društvenih čimbenika na ponašanje potrošača – utjecaj kulture, socijalizacije, društva i društvenih staleža.			
		2	Auditorne vježbe	Dogovor o seminarskoj nastavi, uputa za izradu seminarskog rada, analiza multikulturalnih utjecaja na poslovanje i ponašanje potrošača			
	2.	2	Predavanja	Utjecaj društvenih čimbenika na ponašanje potrošača – utjecaj društvenih grupa, obitelji i situacijskih čimbenika.			
		2	Auditorne vježbe	Analiza slučajeva iz poslovne prakse, work-shop radionica na temu društvenih utjecaja na ponašanje potrošača.			
	3.	2	Predavanja	Osobni čimbenici – Utjecaj motiva, motivacije i percepcije na ponašanje potrošača.			
		2	Auditorne vježbe	Analiza slučajeva iz poslovne prakse.			

	4.	2	Predavanja	Osobni čimbenici – Utjecaj stavova, obilježja ličnosti, vrijednosti i stila života te znanja na ponašanje potrošača.
		2	Auditorne vježbe	Analiza slučajeva iz poslovne prakse, utjecaj VALS-a na ponašanje potrošača
	5.	2	Predavanja	Psihološki procesi – Proces prerade informacija i proces učenja
		2	Auditorne vježbe	Kako utjecati na psihološke procese kod potrošača? (zadatak za timsku raspravu i analizu)
	6.	2	Predavanja	Psihološki procesi – Proces promjene stavova i ponašanja, komunikacija u grupi i osobni utjecaj.
		2	Auditorne vježbe	Kako promijeniti negativne stavove potrošača. Work-shop radionica.
	7.	2	Predavanja	1. KOLOKVIJ
		2	Auditorne vježbe	Proces donošenja odluke o kupovini – spoznaja problema i traženje informacija.
	8.	2	Predavanja	Proces donošenja odluke o kupovini – Vrednovanje informacija i kupovina.
		1	Auditorne vježbe	Nove tehnike utjecaja na ponašanje potrošača u osobnoj prodaji.
		1	Seminarska nastava	Prezentacija seminara.
	9.	2	Predavanja	Poslijekupovno ponašanje potrošača.
		2	Seminarska nastava	Seminarska nastava.
	10.	2	Predavanja	Zadovoljstvo potrošača i modeli ponašanja potrošača. Lojalnost potrošača.
		2	Seminarska nastava	Prezentacija seminara.
	11.	2	Predavanja	Ponašanje organizacijskog kupca.
		2	Seminarska nastava	Prezentacija seminara.
	12.	2	Predavanja	Gostujuće predavanje stručnjaka iz prakse.
		2	Seminarska nastava	Posjet menadžmentu trgovačkog centra.
	13.	2	Predavanja	Ostala područja ponašanja potrošača – Marketinška komunikacija, širenje inovacija i konzumerizam.

		2	Seminarska nastava	Prezentacija seminara.		
	14.	2	Predavanja	2. KOLOKVIJ		
		2	Seminarska nastava	Prezentacija seminara.		
	15.	2	Predavanja	Zaštita potrošača.		
		2	Seminarska nastava	Prezentacija seminara.		
Vrste izvođenja nastave:	☒ predavanja ☒ seminari i radionice ☒ vježbe ☐ on line u cijelosti ☒ mješovito e-učenje ☒ terenska nastava			☒ samostalni zadaci ☒ multimedija ☐ laboratorij ☐ mentorski rad ☐ demonstracijske vježbe		
Obveze studenata	Izrada i prezentacija projektnog zadatka, min. 70 % dolazaka za redovne te 50 % dolazaka za izvanredne studente					
Praćenje rada studenata (upisati udio u ECTS bodovima za svaku aktivnost tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta):	Pohađanje nastave	2 ECTS	Istraživanje		Praktični rad	
	Eksperimentalni rad		Referat		Demonstracijske vježbe	
	Esej		Seminarski rad	0,5ECTS	Samostalno učenje	0,8 ECTS
	Kolokviji	0,5 ECTS	Usmeni ispit		Konzultacije i završni ispit	0,2 ECTS
	Pismeni ispit		Projekt		(Ostalo upisati)	
Ocjenjivanje i vrjednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu	KONTINUIRANO VREDNOVANJE					
	Pokazatelji kontinuirane provjere			Uspješnost A_i (%)	Udjel u ocjeni k_i (%)	
	Nazočnost na nastavi (pred. + vježbe)			70 - 100	5	
	Prvi kolokvij			50-100	30	
	Drugi kolokvij			50-100	30	
	Seminarski rad - Poslovni slučaj			50-100	35	
	Studenti koji nisu položili ispit putem kolokvija polažu završni ispit.					
	ZAVRŠNA OCJENA					
	Pokazatelji provjere - završni ispit (prvi i drugi ispitni termin)			Uspješnost A_i (%)	Udjel u ocjeni k_i (%)	
	Pismeni ispit			50 - 100	60	
Prethodne aktivnosti (uključuju sve pokazatelje kontinuirane provjere)			50 - 100	40		

	Pokazatelji provjere - popravni ispit (treći i četvrti ispitni termin)	Uspješnost A_i (%)	Udjel u ocjeni k_i (%)																		
	Pismeni ispit	50 - 100	60																		
	Prethodne aktivnosti (uključuju sve pokazatelje kontinuirane provjere)	50 - 100	40																		
Ocjena (u postotcima) formira se temeljem svih pokazatelja koji opisuju razinu studentskih aktivnosti prema relaciji: $Ocjena (\%) = \sum_{i=1}^N k_i A_i$ k_i - težinski koeficijent za pojedinu aktivnost, A_i - postotni uspjeh postignut za pojedinu aktivnost, N - ukupan broj aktivnosti. <table><tr><th colspan="3">ODNOS POLUČENOG USPJEHA I PRIPADNE OCJENE</th></tr><tr><th>Postotak</th><th>Kriterij</th><th>Ocjena</th></tr><tr><td>od 50% do 61%</td><td><i>zadovoljava minimalne kriterije</i></td><td>dovoljan (2)</td></tr><tr><td>od 62% do 74%</td><td><i>prosječan uspjeh s primjetnim nedostacima</i></td><td>dobar (3)</td></tr><tr><td>od 75% do 87%</td><td><i>iznadprosječan uspjeh s ponekom greškom</i></td><td>vrlo dobar (4)</td></tr><tr><td>od 88% do 100%</td><td><i>izniman uspjeh</i></td><td>izvrstan (5)</td></tr></table>				ODNOS POLUČENOG USPJEHA I PRIPADNE OCJENE			Postotak	Kriterij	Ocjena	od 50% do 61%	<i>zadovoljava minimalne kriterije</i>	dovoljan (2)	od 62% do 74%	<i>prosječan uspjeh s primjetnim nedostacima</i>	dobar (3)	od 75% do 87%	<i>iznadprosječan uspjeh s ponekom greškom</i>	vrlo dobar (4)	od 88% do 100%	<i>izniman uspjeh</i>	izvrstan (5)
ODNOS POLUČENOG USPJEHA I PRIPADNE OCJENE																					
Postotak	Kriterij	Ocjena																			
od 50% do 61%	<i>zadovoljava minimalne kriterije</i>	dovoljan (2)																			
od 62% do 74%	<i>prosječan uspjeh s primjetnim nedostacima</i>	dobar (3)																			
od 75% do 87%	<i>iznadprosječan uspjeh s ponekom greškom</i>	vrlo dobar (4)																			
od 88% do 100%	<i>izniman uspjeh</i>	izvrstan (5)																			
Obvezna literatura (dostupna u knjižnici i putem ostalih medija)	Naslov	Broj primjeraka u knjižnici	Dostupnost putem ostalih medija																		
	1. Kesić, Tanja: <i>Ponašanje potrošača</i> , Opinio, Zagreb, 2006. 2. Michael, Solomon, Bamossy Gary, Askegaard Soren & K. H. Margaret: <i>Consumer behaviour: a European perspective</i> , New Yersey, ZDA: Prentice Hall Inc., 2006. 3. Malkoč, P. D.: <i>Predavanja iz kolegija ponašanje potrošača</i> , ppt. prezentacije, Odjel za stručne studije, Web izdanje (MOODLE)	3 1	Moodle stranice																		
Dopunska literatura	1. O'Shaugnessy, J.: <i>Consumer behaviour: Perspectives, Findings and Explanations</i> , Palgrave Macmillan, New York, 2013. 2. Peter, J. Paul & Olson, Jerry: <i>Consumer Behavior and Marketing Strategy</i> , Irwin McGraw Hill, New York, 2001. 3. Marković, Mirko: <i>Istraživanje ponašanja potrošača</i> , Logos, Split, 1998. 4. Frank, R.H.: <i>Microeconomics and Behavior</i> , McGraw-Hill Book, New York, 1991.																				
Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju	- Evidencija pohađanja nastave i uspješnosti izvršenja ostalih obveza studenata (nastavnik). - Ažuriranje detaljnih izvedbenih planova nastave - DIP (nastavnik).																				

stjecanje utvrđenih ishoda učenja	Semestralno provođenje studentske ankete sukladno „Pravilniku o postupku studentskog vrednovanja nastavnog rada na sveučilištu u Splitu“ (UNIST, Centar za unaprjeđenje kvalitete).
Ostalo (prema mišljenju predlagatelja)	