

**OSNOVNI PODACI:**

Organizaciona jedinica	01.07.100.	Fakultet poslovne ekonomije
Skraćenica	<b>FPE-CMM</b>	
Katedra		Katedra za marketing i menadžment
Predmet/modul	5.01.07.007.	<b>Marketing psihologija – napredni nivo</b>

**VRSTA PREDMETA:**

Funkcionalna oblast	<b>Jezgreni</b>
Nivo apstraktnosti	<b>Napredni</b>
Tip predmeta-obaveznost	<b>Obavezni</b>

**MATIČNOST PREDMETA:**

Naučna oblast	<b>5</b>	<b>Društvene nauke</b>
Naučno polje	<b>5.01.</b>	<b>Ekonomija</b>
Uža naučna oblast	<b>5.01.07.</b>	<b>Marketing</b>

**OPIS PREDMETA:**

Obrazovni i profesionalni ciljevi:	Omogućiti studentu da primjenom naprednih elemenata marketinga i marketing menadžmenta ostvari što potpuniji uvid u sve aspekte mikro i makro okruženja kompanije sa marketinškog aspekta.
Kompetencije/obrazovni ishodi:	Uspješnim savladavanjem gradiva iz predmeta marketing psihologije, odnosno, usvajanjem modula znanja i vještina planiranih nastavnim programom za ovaj predmet student će biti u stanju da razumije napredne principe marketinga. Osim toga, student će biti u mogućnosti da razumije, teorijski i praktično, sve oblike naprednih marketinških aktivnosti koje se u okviru promotivnog miksa razlikuju i imaju svoje specifičnosti kada je u pitanju njihova praktična primjena.
Savladane vještine:	Primjena psihologije potrošača u marketing strategija Mjerenje i analiza rezultata marketing kampanja i ponašanja potrošača Upotreba savremeni načini reklamiranja putem interneta i društvenih mreža. Kako da se služe svim relevantnim alatima i principima koji detaljnije određuju načine ponašanja potrošača na tržištu kao i određivanje ciljnih grupa na tržištu koje su značajne za kompaniju;
Sadržaj predmeta:	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Orijehtacija na marketing i orijentacija na proizvodnju</li> <li>- Stvaranje vrijednosti za kupce i satisfakcija kupaca</li> <li>- Planiranje marketinga</li> <li>- Marketing okruženje, organizacija i okruženje</li> <li>- Psihologija i njen uticaj na razvoj marketing psihologije; Predmet i cilj izučavanja marketing psihologije</li> <li>- Društvo i ličnost</li> <li>- Danas o stanju uma</li> <li>- Teorije ličnosti- savremene</li> <li>- Pojedinaac kao ličnost- pojam čovjeka</li> <li>- Svojsstva ljudskih bića</li> <li>- Dinamika ličnosti</li> <li>- Potrošač i zadovoljstvo potrošača</li> <li>- 4P- Marketing miksa- uticaj na ponašanje potrošača (Proizvod # brend; usluga, cijena, promocija i distribucija)</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ekvivalent 4P i 4C</li> <li>- Promocija- promotivni miks: (ekonomska propaganda (oglašavanje), unapređenje prodaje, odnosi sa javnošću, ekonomski publicitet, lična prodaja.</li> <li>- Bazični kognitivni procesi i potrošnja</li> <li>- Percepcija, motivacija, stavovi i emocije, učenje, proces odlučivanja</li> <li>- Socijalni procesi i potrošačko ponašanje</li> <li>- Porodica, referentne grupe, mediji</li> <li>- Proces nakon korištenja proizvoda/usluga</li> <li>- Istraživanja vezana uz ponašanje potrošača</li> <li>- Istraživanja vezana uz karakteristike proizvoda, ekonomsku propagandu i potrošačko ponašanje općenito</li> <li>- Mogućnosti primjene informacija o potrošačkom ponašanju u različitim segmentima marketinškog upravljanja</li> </ul>
--	--

### METRIKA PREDMETA:

ECTS	Nastavne aktivnosti (čas)					Individualni rad		SVEGA časova rada
	Kontakt časovi	Vježbe treninzi	Seminarski i stud. radovi	Pedagoške radionice	Stručna i klinič. praksa	Individual. i grupno učenje	Istraživ. izvora	
<b>5</b>	45		24			73	8	<b>150</b>

<b>Jezici izvođenja nastave</b>	<b>Jezici naroda BiH</b>			
---------------------------------	--------------------------	--	--	--

### PREDUSLOVI ZA PRISTUP

Šifra	Naziv predmeta/modula znanja	Ocjena	Opis uslova (dodatni)
5.06.04.005.	Mundologija		Položen ispit

### METODIKA IZVOĐENJA PREDMETA

**Predavanja** prema utvrđenom rasporedu uz korištenje savremenih prezentacionih i demonstracionih sredstava i tehnika sa primjenom interaktivne metode rada sa studentima čime se stiče uvid u njihova predznanja i specifična iskustva zasnovana na obrađivanoj problematici, ali i uvid u kontinuitet savladavanja gradiva. Korištenje didaktičkih i **edukativnih sadržaja u elektronskoj i digitalnoj formi** (koji uključuju i snimljena predavanja i mentorske vježbe) na različitim video-prezentacionim medijima (video-kasete, interaktivni multimedijalni optički mediji).

**Seminarski radovi** moraju zadovoljiti metodološke kriterije akademske pismenosti, standarde korektnog citiranja, zahtjeve minimalnog "obima rada" i zahtjeve "sadržaja rada" definisane sa mentorom odn. predmetnim nastavnikom prilikom zadavanja teme.

Radovi moraju da budu veći od minimalnog obima koji iznosi 7 stranica standardno-formatiranog teksta. Rad metodološki i po sadržaju mora da odgovara zahtjevima teme. Rad ne smije biti doslovno prepisan iz izvora, već se svi citati moraju referencirati.

Seminarski ili pristupni radovi, obima od najmanje 20 stranica standardno-formatiranog A4 teksta, koji su izrađeni po propisanoj metodologiji i sadržajem obezbjeđuju najvišu ocjenu (A – 10 – izvrstan) bodovati će se u ECTS sistemu sa 3 ECTS kredit-boda, koji se upisuju u studentsku knjižicu – indeks u sekciji "Ostale forme rada studenta".

Ovi radovi će se publikovati na WEB stranici univerziteta i kandidovati za objavljivanje u godišnjem Zborniku radova Panevropskog univerziteta. Svaki profesor može da kandiduje za eksterno bodovanje i objavljivanje ne više od 10 % studentskih seminarskih odn. pristupnih radova u okviru jedne generacije studenata iz predmeta na koje je izabran

## EVALUACIJA RADA STUDENTA

Red. br.	Vrsta evaluacije	Parcijalna/konačna	Opciona / obavezna	Procenat učešća
01	Učešće u kontaktnom radu - interakcija na predavanjima i izrada mini radionica (case study metod)	predispitna obaveza	obavezni	30 %
02	Pisana forma ili usmena o suštini predmeta kroz definiciju marketing psihologije	predispitna obaveza	obavezni	10 %
03	Ispitne aktivnosti	konačni	obavezni	60 %
04	Ukupno	konačni	obavezni	100%

## LITERATURA / IZVORI (navedena po redosljedu važnosti)

Autor (Prezime, Ime)	Naziv publikacije	Sjedište izdavača	Izdavač	God. izdanja	Vrsta publ.*
a/ Osnovna literatura					
Jana Aleksić Anđelić	Psihologija u marketingu i menadžmentu	Banja Luka	Apeiron	2021	knjiga
b/ Dopunska literatura					
Novaković-Rajčić Biserka	Marketing put kojim treba ići	Novi Sad	Privredna akademija	2008	knjiga
Slavko Segić	Marketing psihologija	Banja Luka	Pan-evropski univerzitet "APEIRON"	2011.	Knjiga
c/ Ostali izvori - časopisi,					
Autor – Prezime, Ime (ukoliko je izvor članak)	Naziv časopisa	Sjedište izdavača	Izdavač	God. izdanja	Vrsta časopisa
c/ Ostali izvori – Internet (WEB) izvori					
Naziv sajta	Adresa sajta	Naziv rada/hiperlink		Očitano	
	Psychology & Marketing - Wiley Online Library,	<a href="https://onlinelibrary.wiley.com/journal/15206793">https://onlinelibrary.wiley.com/journal/15206793</a>			
	Journal of Consumer Psychology   ScienceDirect.com,	<a href="https://www.sciencedirect.com/journal/journal-of-consumer-psychology">https://www.sciencedirect.com/journal/journal-of-consumer-psychology</a>			
(*)Vrsta publikacije (knjiga, skripta, kompendium, multimedija)					