

	УНИВЕРЗИТЕТ У ИСТОЧНОМ САРАЈЕВУ					
	Факултет за производњу и менаџмент Требиње					
	<i>Студијски програм: Индустрijско инжењерство за енергетику</i>					
	I циклус студија	IV година студија				
Пун назив предмета	ИСТРАЖИВАЊЕ ТРЖИШТА И ПОНАШАЊЕ ПОТРОШАЧА					
Катедра	Катедра за менаџмент у индустрији – Факултет за производњу и менаџмент Требиње					
Шифра предмета	Статус предмета	Семестар	ECTS			
EH-23-1-103-7	Обавезан	VII	5			
Наставник/ -ци	др Илинка Унковић, ванредни професор					
Сарадник/ -ци	Александра Копривица, асистент					
Фонд часова/ наставно оптерећење (седмично)		Индивидуално оптерећење студента (у сатима семестрално)		Коефицијент студентског оптерећења S_o		
П	АВ	ЛВ	П	АВ	ЛВ	S_o
2	2	0	2*15*1,4 = 42	2*15*1,4 = 42	0*15*1,4 = 0	1,4
укупно наставно оптерећење (у сатима, семестрално) 2*15 + 2*15 + 0*15 = 60			укупно студентско оптерећење (у сатима, семестрално) 2*15*1,4 + 2*15*1,4 + 0*15*1,4 = 84			
Укупно оптерећење предмета (наставно + студентско): 60 + 84 = 144 сати семестрално						
Исходи учења	Савладавањем овог предмета студент ће бити оспособљен да: 1. самостално креира и спроводи истраживање тржишта – користи методе прикупљања података, 2. ефективно и ефикасно анализира и тумачи податке – користи кластер анализу, 3. креира вриједности и задовољства потрошача, 4. разумије понашање потрошача у циљу постизања пословног успеха.					
Условљеност	Нема условљености.					
Наставне методе	Предавања, студије случајева, креативне радионице, вјежбе.					
Садржај предмета по седмицама	1. Појам и значај истраживања тржишта. 2. Кораци у процесу истраживања маркетинга. 3. Истраживање тржишта – методе прикупљања података. 4. Понашање потрошача у савременом окружењу 5. Понашање потрошача у куповини. 6. Стратегије сегментације, прагментирања и позиционирања. 7. Кластер анализа. 8. Факторска анализа. 9. Регресије и корелације. 10. Креирање вриједности и задовољство потрошача. 11. Лојалност и животна вриједност потрошача. 12. Маркетинг односа са потрошачима. 13. Пословна тржишта и пословни потрошачи. 14. Модели понашања купаца. 15. Примјери из праксе.					
Обавезна литература						
Аутор	Назив публикације, издавач	Година	Странице (од-до)			
Живковић, Р.	Понашање потрошача у куповини, Београд	2011.				
Neresh K. Malhotra	Marketing research an applied orientation 5 th edition, Pearson Education.	2006.				
Допунска литература						
Аутор/ и	Назив публикације, издавач	Година	Странице (од-до)			
Обавезе, облици провјере знања и оцјењивање	Врста евалуације рада студента		Бодови	Процент		
	Предиспитне обавезе					
	присуство предавањима/ вјежбама		5	5 %		
	први колоквијум		25	25 %		
	други колоквијум		25	25 %		
	Завршни испит					
завршни испит (усмени/ писмени)		45	45 %			
УКУПНО		100	100 %			
Web страница	http://fpmtrebinje.com/wp/wp-content/uploads/2016/11/4_EH_Istrazivanje_trzista_i_ponasanje_potrosaca.pdf					
Датум овјере	11.10.2016. - XXIX сједница Вијећа Факултета за производњу и менаџмент Требиње					