

	<b>УНИВЕРЗИТЕТ У ИСТОЧНОМ САРАЈЕВУ</b> Филозофски факултет Пале					
	<b>Студијски програм: Психологија</b>					
	I циклус студија		III година студија			
<b>Пун назив предмета</b>	ПСИХОЛОГИЈА У МАРКЕТИНГУ					
<b>Катедра</b>	Катедра за психологију-Филозофски факултет Пале					
<b>Шифра предмета</b>	<b>Статус предмета</b>		<b>Семестар</b>	<b>ECTS</b>		
ПС6-5/2	изборни		VI	6		
<b>Наставник/ -ци</b>	др Мирослав Гаврић, ванредни професор					
<b>Сарадник/ -ци</b>						
<b>Фонд часова/ наставно оптерећење (седмично)</b>			<b>Индивидуално оптерећење студента (у сатима семестрално)</b>			<b>Коефицијент студентског оптерећења S<sub>0</sub><sup>1</sup></b>
<b>П</b>	<b>АВ</b>	<b>ЛВ</b>	<b>П</b>	<b>АВ</b>	<b>ЛВ</b>	<b>S<sub>0</sub></b>
2	2	0	42	42	0	1,40
Укупно оптерећење предмета (наставно + студентско): 60h			Укупно оптерећење предмета (наставно + студентско): 84h			
Укупно оптерећење предмета (наставно + студентско): 144h						
<b>Исходи учења</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Упознавање са улогом психологије у маркетингу, етиком и етичношћу психологије и психолога у маркетингу.</li> <li>Упознавање са психологијом потрошње и понашања потрошача, психологијом пропагандне поруке и психологијом продаје.</li> <li>Посебни циљеви су улога психологије и психолога у креирању основних елемената маркетинг микса и истраживања у области маркетинга.</li> </ol>					
<b>Условљеност</b>	Нема условљености другим предметима					
<b>Наставне методе</b>	Предавања, семинар. Израда домаћих задатака. Консултације.					
<b>Садржај предмета по седмицама</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Припремна седмица.</li> <li>Предмет и проблеми психологије маркетинга</li> <li>Маркетинг концепт, срж маркетинга, стратегије маркетинга</li> <li>Маркетинг и пропаганда, манипулација и етика у пропаганди</li> <li>Модел понашања продавца (прузалац услуга, произвођач), као актер у маркетиншкој комуникацији</li> <li>План маркетиншких активности</li> <li>Истраживања у маркетингу, испитивање тржишта</li> <li>И Колоквијум</li> <li>Психологија потрошача: одређење појма, друштвени и лични чиниоци понашања потрошача</li> <li>Мотиви, перцепција, ставови, личност и знање, процес прераде информација, процес доношења одлука</li> <li>Психологија пропагандне поруке: процес промене ставова и понашања, директне и индиректне поруке у пропаганди</li> <li>Прилагођеност пропагандне поруке купцу, заштитни знак и паковање, имиџ производа и фирме.</li> <li>Специфичне технике психологије маркетинга: фокус групе, интервју, SWOT анализа...</li> <li>Социјални и политички маркетинг</li> <li>II Колоквијум</li> </ol>					
<b>Обавезна литература</b>						
<b>Аутор/ и</b>	<b>Назив публикације, издавач</b>			<b>Година</b>	<b>Странице (од-до)</b>	
Радуловић, Д.	Психологија маркетинга, Београд			(1998).		
Пец, Б	Психологија у економској пропаганди, ДЕПХ, Загреб			(1980).		
<b>Допунска литература</b>						
<b>Аутор/ и</b>	<b>Назив публикације, издавач</b>			<b>Година</b>	<b>Странице (од-до)</b>	

Обавезе, облици провјере знања и оцјењивање	Врста евалуације рада студента	Бодови	Процент	
	Предиспитне обавезе			
	Присуство настави	10	10%	
	Самостални задаци	10	10%	
	Семинарски рад	10	10%	
	Колоквијум	20	20%	
	Завршни испит	Максимум бодова <sup>2</sup>	50	50%
	УКУПНО			
Бодова		100	100%	
Датум овјере				