

	<b>УНИВЕРЗИТЕТ У ИСТОЧНОМ САРАЈЕВУ</b> Филозофски факултет Пале					
	<b>Студијски програм: Новинарство</b>					
	I циклус студија	III година студија				
<b>Пун назив предмета</b>	ПСИХОЛОГИЈА МАРКЕТИНГА					
<b>Катедра</b>	Катедра за психологију-Филозофски факултет Пале					
<b>Шифра предмета</b>	<b>Статус предмета</b>	<b>Семестар</b>	<b>ECTS</b>			
HO5-5/2	изборни	V	5			
<b>Наставник</b>	др Мирослав Гаврић, ванредни професор					
<b>Сарадник</b>	Игор Вујовић, асистент					
<b>Фонд часова/ наставно оптерећење (седмично)</b>		<b>Индивидуално оптерећење студента (у сатима семестрално)</b>		<b>Коефицијент студентског оптерећења S<sub>0</sub></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	1	0	51,9	25,95	0	1,73
укупно наставно оптерећење (у сатима, семестрално) 45 h			укупно студентско оптерећење (у сатима, семестрално) 77,85 h			
Укупно оптерећење предмета (наставно + студентско): 122,85 h семестрално						
<b>Исходи учења</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Упознавање са основним појмовима маркетинга и психологије у маркетингу, етиком и етичношћу психологије и психолога у маткетингу</li> <li>Разумијевање психологије потрошње и понашања потрошача, психологије пропагандне поруке и психологије продаје</li> <li>Упознавање студената са улогом психологије у креирању основних елемената маркетинг микса и истраживања у области маткетинга</li> <li>Разумијевање социјалног маркетинга као сегмента који је важан за будуће новинаре</li> </ol>					
<b>Условљеност</b>	Нема условљености					
<b>Наставне методе</b>	Предавања, аудиторне вјежбе, 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>Модели понашања продавца (пужалац услуга, произвођач), као актер у маркетиншкој комуникацији</li> <li>План маркетиншких активности</li> <li>Истраживања у маркетингу, испитивање тржишта</li> <li>Социјални маркетинг</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 промјене 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>Политички маркетинг</li> <li>Припрема за завршни испит</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.				
Беген, Ф.	Психологија у маркетингу- приступи и разматрања, Клио, Београд	2004.				
Вест, К.	Истраживање тржишта, Клио, Београд	2004.				
Котлер, Ф, Роберто, Н., Ли, Н.	Социјални маркетинг, Клио, Београд	2008.				
<b>Допунска литература</b>						
<b>Аутор/ и</b>	<b>Назив публикације, издавач</b>	<b>Година</b>	<b>Странице (од-до)</b>			

Так, М.	Како бирамо? Београд: Нолит	1979.	
Петз, Б.	Психологија рада, Загреб: Школска књига	1987.	
<b>Обавезе, облици провјере знања и оцјењивање</b>	<b>Врста евалуације рада студента</b>	<b>Бодови</b>	<b>Процент</b>
	Предиспитне обавезе		
	присуство предавањима/ вјежбама	10	10 %
	семинарски рад	20	20 %
	колоквијум	2 x 10	20 %
	Завршни испит		
	завршни испит (усмени/ писмени)	50	50 %
УКУПНО	100	100 %	
<b>Датум овјере</b>			