

	УНИВЕРЗИТЕТ У ИСТОЧНОМ САРАЈЕВУ ФИЛОЗОФСКИ ФАКУЛТЕТ					
	Студијски програм: Психологија					
	II циклус студија		I година студија			
Пун назив предмета	ПСИХОЛОГИЈА МАРКЕТИНГА					
Катедра	Катедра за психологију - Филозофски факултет					
Шифра предмета	Статус предмета	Семестар	ECTS			
М-ПС1-4/2/24	Изборни	I	5			
Наставник/ - ци	др Наташа Костић, ванредни професор					
Сарадник/ - ци	мр Игор Вујовић, асистент					
Фонд часова/ наставно оптерећење (седмично)		Индивидуално оптерећење студента (у сатима семестрално)			Коефицијент студентског оптерећења S₀	
П	АВ	ЛВ	П	АВ	ЛВ	S₀
2	2	0	45	45	0	1,5
укупно наставно оптерећење (у сатима, семестрално) 60 h			укупно студентско оптерећење (у сатима, семестрално) 90 h			
Укупно оптерећење предмета (наставно + студентско) 150 h						
Исходи учења	Савладавањем овог предмета студент ће бити оспособљен да: 1. идентификује основне проблеме психологије маркетинга. 2. критички разматра истраживачке приступе психологије маркетинга. 3. идентификује релевантне и актуелне проблеме психологије маркетинга. 4. примјењује стечена знања у области маркетинга.					
Условљеност	Положен испит из Социјалне психологије 1 и Социјалне психологије 2					
Наставне методе	Предавања, самосталан рад, дебатни часови, консултације					
Садржај предмета по седмицама	1. Предмет и проблеми психологије маркетинга. 2. План маркетиншких активности. 3. Повезаност маркетинга и потрошачког понашања. 4. Маркетинг и потрошачко понашање: значај когнитивних процеса. 5. Маркетинг и потрошачко понашање: значај афективних и конативних процеса. 6. Социјални фактори, маркетинг и потрошачко понашање. 7. Ставови и потрошачко понашање. 8. Значај маркетинга за промјену ставова. 9. Вриједности и маркетинг. 10. Сегментирање тржишта. 11. Комуникацијски процеси у маркетингу. 12. Поруке у маркетингу: заштитни знак, имиџ производа и фирме. 13. Методе истраживања у маркетингу. 14. Презентације приказа истраживања у психологији маркетинга. 15. Презентације приказа истраживања у психологији маркетинга.					
Обавезна литература						
Аутор/ и	Назив публикације, издавач	Година	Странице (од-до)			
Milas, G.	Psihologija marketinga; Zagreb: Target.	2007.				
Допунска литература						
Аутор/ и	Назив публикације, издавач	Година	Странице (од-до)			

Kotler, P., Keller, K. L.	Marketing management. Pearson education Inc.	2012.	
Begen, F.	Psihologija u marketingu: pristupi I razmatranja; Beograd: Klio.	2004.	
Обавезе, облици провјере знања и оцјењивање	Врста евалуације рада студента	Бодови	Процент
	Предиспитне обавезе		
	нпр. присуство предавањима/ вјежбама	10	10%
	нпр. позитивно оцјењен сем. рад/ пројекат/ есеј	40	40%
	нпр. студија случаја – групни рад		
	нпр. тест/ колоквијум		
	нпр. рад у лабораторији/ лаб. вјежбе		
	нпр. практични рад		
	Завршни испит		
нпр. завршни испит (усмени/ писмени)	50	50%	
УКУПНО	100	100 %	
Web страница	http://www.ffuis.edu.ba/		
Датум овјере	(унијети задњи датум усвајања овог силабуса на сједници Вијећа)		