



Ponašanje potrošača na tržištima hrane (197702)

Nositelj predmeta

[izv. prof. dr. sc. Željka Mesić](#)

Opis predmeta

Cilj predmeta je upoznati studente/ice s teorijskim postavkama sljedećih programskih dijelova: čimbenici ponašanja potrošača, životni stilovi i potrošački izbori, proces donošenja odluka potrošača, djelovanje marketinga i medija na ponašanje potrošača na tržištu hrane. Kroz terensku nastavu, te izradu seminarskog rada, studenti/ce će pokazati praktičnu primjenu usvojenih teorijskih znanja.

ECTS: **6.00**

Engleski jezik: **R2**

E-učenje: **R2**

Sati nastave: 60

Predavanja: 40

Auditorne vježbe: 6

Seminar: 14

Izvođač predavanja

- [izv. prof. dr. sc. Željka Mesić](#)
- [doc. dr. sc. Marina Tomić Maksan](#)

Izvođač vježbi

- [izv. prof. dr. sc. Željka Mesić](#)
- [doc. dr. sc. Marina Tomić Maksan](#)

Izvođač seminara

- [izv. prof. dr. sc. Željka Mesić](#)
- [doc. dr. sc. Marina Tomić Maksan](#)

Ocjenjivanje

Dovoljan (2):

Dobar (3):

Vrlo dobar (4):

Izvrstan (5):

Vrsta predmeta

- Diplomski studij / [Agrobiznis i ruralni razvitak](#) (Izborni predmet, 3. semestar, 2. godina)

Opće kompetencije

Studenti će steći temeljna znanja o ponašanju potrošača na tržištima hrane, znati će objasniti utjecaj društvenih i osobnih čimbenika te razlikovati životne stilove potrošača. Analitičnost, kritičko mišljenje, sposobnost rada u timu.

Oblici nastave

- Predavanja
- Auditorne vježbe
- Konzultacije
- Terenske vježbe
- Seminari

Ishodi učenja i način provjere

Ishod učenja	Način provjere
Objasniti utjecaj društvenih čimbenika na ponašanje potrošača	Kolokvij 1, pismeni ispit, seminarski rad
Objasniti utjecaj osobnih čimbenika na ponašanje potrošača	Kolokvij 1, pismeni ispit, seminarski rad
Opisati psihološke procese koji utječu na ponašanje potrošača	Kolokvij 1, pismeni ispit, seminarski rad
Razlikovati životne stilove potrošača	Kolokvij 2, pismeni ispit, seminarski rad
Razumjeti proces donošenja odluka potrošača	Kolokvij 2, pismeni ispit, seminarski rad
Analizirati, interpretirati i prezentirati rezultate istraživanja	Seminarski rad

Način rada

Obveze nastavnika

Održavanje predavanja
 Pomoć pri izradi seminarskih radova
 Ocjenjivanje studentskih seminara i ispit

Obveze studenta

Sudjelovanje u nastavi
 Izrada seminarskog rada



Tjedni plan nastave

1. Uvodno predavanje
2. Ponašanje potrošača
3. Kultura i subkultura kao čimbenici ponašanja potrošača
4. Obitelj i društvene grupe kao čimbenici ponašanja potrošača
5. Motivacija i percepcija kao čimbenici ponašanja potrošača
6. Afektivni čimbenici ponašanja potrošača
7. Učenje potrošača
8. Ličnost; Stvaranje i mijenjanje stavova potrošača
9. Kolokvij I
10. Životni stilovi i potrošački izbori
11. Proces donošenja odluka potrošača
12. Djelovanje marketinga na ponašanje potrošača na tržištu hrane
13. Djelovanje medija na ponašanje potrošača na tržištu hrane
14. Terenska nastava
15. Kolokvij II i Sistematizacija znanja i završno predavanje

Preduvjeti

- [Istraživanje tržišta](#) (132881)

Obvezna literatura

1. Kesić, T. (2006). Ponašanje potrošača. 2. izmijenjeno i dopunjeno izdanje, Opinio, Zagreb
2. Schiffman, L.G., Kanuk, L.L. (2004). Ponašanje potrošača. 7. izdanje, MATE d.o.o., Zagreb
3. Shepherd, R. i Raats, M. (2006). The Psychology of food choice, CAB International

Preporučena literatura

1. Solomon, M.R., Bamossy, G., Askegaard, S., Hogg, M.K. (2015). Ponašanje potrošača
Europska slika. 4. izdanje, Mate d.o.o., Zagreb

Sličan predmet na srodnim sveučilištima

- Consumer Behavior - Die Technische Universität München
- Consumer Behaviour - Norwegian University of Science and Technology