

Ponašanje potrošača i marketinška istraživanja na tržištu hrane (173825)

Nositelj predmeta

[prof. dr. sc. Damir Kovačić](#)

Opis predmeta

Cilj ovog modula je stjecanje znanja iz teorije marketinga, metodologije marketinškog istraživanja te osposobljavanje za samostalno provođenje marketinških istraživanja na tržištu hrane.

U okviru ovog modula obrađuju se sljedeće teme: ponašanje potrošača, modeli kupovnog ponašanja prehrambenih proizvoda i pića, metode i instrumenti za prikupljanje primarnih podataka, metode multivarijantne analize podataka (faktorska, klusterska, spojena, kontingentna i diskriminacijska analiza), parametarska i neparametarsko testiranje, istraživanje za segmentaciju tržišta, pozicioniranje proizvoda i razvoj novog proizvoda.

ECTS: **6.00**

Engleski jezik: **R1**

E-učenje: **R2**

Sati nastave: 30

Predavanja: 10

Auditorne vježbe: 10

Seminar: 10

Izvođač predavanja

- [prof. dr. sc. Damir Kovačić](#)

Ocjenjivanje

Dovoljan (2):

Dobar (3):

Vrlo dobar (4):

Izvrstan (5):

Vrsta predmeta

- Poslijediplomski studij / Doktorski studij / [Poljoprivredne znanosti](#) (Izborni predmet, 1. semestar, 1. godina)

Opće kompetencije

Programa modula omogućuje studentima stjecanje znanja i vještina za provođenje znanstvenih istraživanja u području marketinga.