

Спецификација предмета за књигу предмета

Студијски програм		Економија и бизнис		
Изборно подручје (модул)		трговина и маркетинг		
Врста и ниво студија		основне струковне студије		
Назив предмета		Понашање потрошача - 346Т		
Наставник (за предавања)		Дашић М. Горан, Бешлин Ферух И. Марија		
Наставник/сарадник (за вежбе)				
Наставник/сарадник (за ДОН)				
Број ЕСПБ	4	Статус предмета (обавезни/изборни)		Обавезан
Услов				
Циљ предмета	Упознати студенте са теоријским оквиром и факторима неопходним за анализу и решавање проблема везаних за понашање потрошача, факторима који утичу на доношење куповних одлука, утицајем различитих маркетинг стратегија на понашање потрошача, као и утицајем који понашања потрошача има на процену алтернативних маркетинг стратегија.			
Исход предмета	Оспособљеност студената да у динамичном и неизвесном пословном окружењу разумеју понашање потрошача и факторе који утичу на доношење куповних одлука, како би у пракси реаговали проактивно, антиципирајући промене у ставовима и мотивима потрошача.			
Садржај предмета				
Теоријска настава	Понашање потрошача у маркетинг истраживањима; Основни појмови о понашању потрошача; Разлози истраживања понашања потрошача; Развој понашања потрошача као научне дисциплине; Интердисциплинарност понашања потрошача; Мотивациони процес потрошача; Потребе потрошача; Мотиви потрошача; Понашање (акција) потрошача; Утицаји на понашање потрошача; Класификација фактора који утичу на понашање потрошача; Географске детерминанте понашања потрошача; Демографски фактори; Економски утицаји на понашање потрошача; Социолошке детерминанте понашања потрошача; Култура; Друштвена класа и слој; Друштвена улога и статус; Релевантне и референтне групе; Лидери (вође) мишљења; Породица; Стил живота; Психолошки (интерни) фактори понашања потрошача; Процес информисања потрошача; Процес учења; Личност; Ставови потрошача; Мотивациона истраживања; Процес одлучивања потрошача; Фазе процеса одлучивања; Врсте процеса одлучивања; Улоге у процесу куповине; Процес прихватања (дифузија) новог производа; Организовање и заштита потрошача; Друштвена одговорност и конзумеризам.			
Практична настава (вежбе, ДОН, студијски истраживачки рад)	Коришћење Powerpoint презентација, интернет сајтова и кратких видео клипова.			
Литература				
1	Бешлин Ферух И. Марија: „ Понашање потрошача - Интерна скрипта, ВПШ Чачак 2016			
2	Маришић Б.: „ Понашање потрошача“; Економски факултет, Београд, 2011.			
3	Kanuk L. L. , Schiffman L. G.: "Понашање потрошача", МАТЕ, Загреб, 2004.			
4				
5				
Број часова активне наставе недељно током семестра/триместра/године				
Предавања	Вежбе	ДОН	Студијски истраживачки рад	Остали часови
2	2	0	0	0
Методe извођења наставе	Усмено излагање, дискусије, демонстрације, вежбање, лабораторијски радови.			
Оцена знања (максимални број поена 100)				
Предиспитне обавезе	поена	Завршни испит		поена
активност у току предавања	15	писмени испит		30
практична настава	10	усмени испит		10
колоквијуми	20			
семинари	15			