|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **ВИСОКА ПОСЛОВНА ШКОЛА СТРУКОВНИХ СТУДИЈА НОВИ САД** | | | | | | | |
| **Школска година и семестар** | | 2017/2018, зимски семестар | | | | | |
| **Студијски програм** | | ТРГОВИНА И МЕЂУНАРОДНО ПОСЛОВАЊЕ ТУРИЗАМ И ХОТЕЛИЈЕРСТВО | | | | | |
| **Назив предмета** | | ПОНАШАЊЕ ПОТРОШАЧА | | | | | |
| **Наставник** | | Здравко Шолак | | | | | |
| **Aсистент** | | Марија Врањеш | | | | | |
| **Статус предмета** | | изборни | | | | | |
| **Број ЕСПБ** | | 3+2 (6) | | | | | |
|  | |  | | | | | |
| **Циљ предмета:** Усвајање темељних знања о понашању потрошача и утицајима на њега пре, за време и после куповине у циљу креирања ефикасних маркетинг стратегија намењених тржишту финалне потрошње. | | | | | | | |
| **Исход предмета:** Студент који успешно савлада овај предмет оспособљен је да:   * Дефинише место и улогу потрошача у маркетиншком одлучивању предузећа * Идентификује утицаје на понашање и одлучивање финалних потрошача * Објасни фазе процеса одлучивања потрошача * Повезује информације о потрошачима са маркетиншким одлучивањем, анализира утицаје мултикултуралних димензија друштва (етничке, верске, језичке, медијске) на понашање «нових потрошача»; Упоређује различите праксе законске заштите и самоорганизовања потрошача. | | | | | | | |
| **Садржај предмета:** Потрошач у маркетинг истраживању; Истраживање потреба и мотива потрошача; Детерминанте понашања потрошача;Социолошке детерминанте понашања потрошача;• Одлучивање потрошача о куповини; Мотиви и понашање индустријског купца; Конзумеризам и заштита потрошача | | | | | | | |
| **ПЛАН И ПРОГРАМ РАДА** | | | | | | | |
| **Недеља** | **Наставна јединица** | | | | | | |
| 1. 10.10.2017. | Потрошач у маркетинг истраживању | | | | | | |
| 2. 18.10.2017. | Истраживање потреба потрошача | | | | | | |
| 3. 25.10.2017. | Потрошачеви мотиви, мотивациони просец | | | | | | |
| 4. 01.11.2017. | Детерминанте понашања потрошача: демографске и географске | | | | | | |
| 5. 08.11.2017. | Економске детерминанте понашања потрошача | | | | | | |
| 6. 15.11.2017. | Социолошке детерминанте потрошачевог понашања; култура, друштвени слој | | | | | | |
| 7. 22.11.2017. | Релевантне и референтне групе | | | | | | |
| 8. 29.11.2017. | Психолошке детерминанте потрошачевог понашања | | | | | | |
| 9. 06.12.2017 | Процес информисања потрошача; прецепција, пажња | | | | | | |
| 10. 13.12.2017. | Прихватање и памћење поруке, процес учења | | | | | | |
| 11. 20.12.2017. | Ставови потрошача | | | | | | |
| 12. 27.12.2017. | Одлучивање потрошача о куповини: теоријска објашњења процеса куповине | | | | | | |
| 13. 10.01.2018. | Фазе процеса одлучивања | | | | | | |
| 14. 17.01.2018. | Мотиви и понашање индустријског купца | | | | | | |
| 15. 24.01.2018. | Конзумеризам и заштита потрошача | | | | | | |
| **Литература** Маричић Б., Понашање потрошача, Економски факултет Београд-издавачки центар,  Схиффман, Л. Канук, Л.Л. Понашање потрошача. VII издање, Прентице Халл/Мате Загреб, 2004 | | | | | | | |
| Број часова активне наставе | | | Теоријска настава: 45 | | | Практична настава: 30 | |
| **Оцена знања (максималан број поена је 100)** | | | | | | | |
| **Предиспитне обавезе** | | | | **45** | **Завршни испит** | | **55** |
| присуство на предавањима и вежбама | | | | **5** | писмени испит | |  |
| провера знања у току наставе (колоквијум-и) | | | | **30** | усмени испит | |  |
| остале активностии учешће студената у раду на предавањима и вежбама | | | | **10** |  | |  |