|  |
| --- |
| **ВИСОКА ПОСЛОВНА ШКОЛА СТРУКОВНИХ СТУДИЈА НОВИ САД** |
| **Школска година и семестар** | 2019/2020, летњи семестар |
| **Студијски програм**  | ТРГОВИНА И МЕЂУНАРОДНО ПОСЛОВАЊЕ  |
| **Назив предмета** | ПОНАШАЊЕ ПОТРОШАЧА  |
| **Наставник** | Др Драгољуб Јовичић |
| **Aсистент** | Драгана Гашевић |
| **Статус предмета** | изборни |
| **Број ЕСПБ** | 2+2 (6) |
|  |  |
| **Циљ предмета:** Циљ предмета је стицање основних знања из области Понашања потрошача. Маркетинг активности почињу и завршавају се са потрошачима, те је важно упознати методе истраживања помоћу којих се може прогнозирати могуће понашање постојећих и потенцијалних потрошача на тржишту и увидети комплексност процеса доношења одлука потрошача и индустријских купаца о куповини. Сазнања о понашању потрошача стално се увећавају и унапређују, што захтева креирање нових, као и модификовање постојећих маркетинг стратегија предузећа. |
| **Исход предмета:** По завршетку овог предмета, студенти ће бити у стању да: * идентификују и објасне потребе и мотиве потрошача,
* идентификују и анализирају интерне и екстерне факторе који у значајној мери обликују понашање потрошача и утичу на њега,
* примењују стечена знања приликом избора адекватне маркетинг стратегије, прилагођене жељама и потребама потрошача.
 |
| **Садржај предмета:** *Теоријска настава** Потрошач у маркетинг истраживањима.
* Истраживање потреба и мотива потрошача.
* Детерминанте понашања потрошача.
* Социолошке детерминанте понашања потрошача.
* Одлучивање потрошача о куповини.
* Мотиви понашања индустријског купца.
* Конзумеризам и заштита потрошача.

*Практична настава** Вежбе, презентовање примера из пословне праксе о понашању потрошача.
* Појединачни и групни рад студената на анализи студија случаја.
* Други облици наставе.
 |
| **ПЛАН И ПРОГРАМ РАДА** |
| **Недеља** |  **Наставна јединица** |
| 1. | Понашање потрошача у маркетинг истраживањима |
| 2. | Основни појмови о понашању потрошача |
| 3. | Разлози истраживања понашања потрошача |
| 4. | Развој понашања потрошача као научне дисциплине, интердисциплинарност понашања потрошача |
| 5. | Демографске детерминанте понашања потрошача |
| 6. | Географске детерминанте понашања потрошача |
| 7. | Економске детерминанте понашања потрошача |
| 8. | Социолошке детерминанте потрошачевог понашања: Култура, друштвени слој |
| 9. | Социолошке детерминанте потрошачевог понашања: Релевантне и референтне групе |
| 10. | Социолошке детерминанте потрошачевог понашања: Породица као примарна референтна група  |
| 11. | Социолошке детерминанте потрошачевог понашања: Породица – жене потрошачи и деца потрошачи |
| 12. | Социолошке детерминанте потрошачевог понашања: Животни стил |
| 13. | Одлучивање потрошача о куповини: теоријска објашњења процеса куповине |
| 14. | Фазе процеса одлучивања |
| 15. | Врсте процеса одлучивања, Улоге у процесу куповине |
| **Литература**Маричић, Б. (2011). *Понашање потрашача*. Београд: Економски факултет Београд.Babin, B. J., & Harris, E. G. (2012). *Ponašanje potrošača*. Београд: Data status.Ковач-Жнидершић, Р., & Марић, Д. (2007). *Друштвене детерминанте понашања потрошача*. Суботица: Економски факултет Суботица. |
| Број часова активне наставе | Теоријска настава: 30 | Практична настава: 30 |
| **Оцена знања (максималан број поена је 100)** |
| **Предиспитне обавезе** | **55** | **Завршни испит**  | **45** |
| присуство на предавањима и вежбама |  **5** | писмени испит | **45** |
| провера знања у току наставе (колоквијум-и) | **30** | усмени испит |  |
| остале активности и учешће студената у раду на предавањима и вежбама, семинарски рад | **10** |  |  |
| практичан рад | **10** |  |  |