|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **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** |  | |  |