|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **29-04-П** |  | **страна 1 од 2** | |
| **ПРЕДМЕТ** | **ИСТРАЖИВАЊЕ ТРЖИШТА** | | **1919/2020** |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **ТЕМА**  **ПРЕДАВАЊА** | | | | | | | | | **Економски фактори тражње** | | | | | | | |
|  | | | | | | | | | Потрошачи реализују набавку и потрошљу производа у оквиру своје куповне моћи која је одређена нјиховим дохотком и ценама производа на тржишту. То су и главни фактори који утичу на изборе који они чине на тржишту у складу са својим системом преференција. На ниво потрошнје утичу и збивања у економском систему и фактори који утичу на токове роба и услуга. | | | | |  | | |
|  | | | | **1** | | **Доходак потрошача као фактор тражње** | | | | | | | | |  | |
|  | | | |  | | **\*** | | | | | **Доходак као мерљиви фактор потрошачеве тражње** | | | |  | |
|  | | | |  | | **\*** | | | | | **Разграничење појмова: лични доходак, расположиви доходак, дискрециони доходак** | | | |  | |
|  | | | |  | | **\*** | | | | | **Доходак потрошача, доходак домаћинства као потрошачке јединице** | | | |  | |
|  | | | |  | | **\*** | | | | | **Просечан доходак као индикатор куповне моћи** | | | |  | |
|  | | | |  | | **\*** | | | | | **Промене дохотка и предвиђање будуће тражње** | | | |  | |
|  | | | |  | |  | |  | | | | | | |  | |
|  | | | | **2** | | **Енгелов модел (функција) тражње** | | | | | | | | |  | |
|  | | | |  | | **\*    Доприноси Ернста Енгела емпиријском   изучавању тражње** | | | | | | | | |  | |
|  | | | |  | | **\*    Енгелови закони**  **\*    Важност првог Енгеловог закона (опадање релативног удела издатака за храну у потрошачевом дохотку при порасту дохотка)** | | | | | | | | |  | |
|  | | | |  | | **\*    Зависност потрошачеве потрошње од његовог дохотка као Енгелова функција потрошње** | | | | | | | | |  | |
|  | | | |  | |  | | | | | | | | |  | |
|  | | | | **2** | | **Цена производа као фактор тражње** | | | | | | | | |  | |
|  | | | |  | | **\*** | | **Цена производа као манифестација односа тржишних снага, понуде и тражње** | | | | | | |  | |
|  | | | |  | |  | | **страна 2 од 2** | | | | | | |  | |
|  | | | |  | | **\*** | | **Курно – Маршалова функција тражње** | | | | | | |  | |
|  | | | |  | | **\*** | | **Утицај цене на потрошње при непромењеном дохотку** | | | | | | |  | |
|  | | | |  | | **\*** | | **Цене супститута и цене комплементарних производа и њихов утицај на потрошњу** | | | | | | |  | |
|  | | | |  | | **\*** | | **Гифенов парадокс** | | | | | | |  | |
|  | | | |  | |  | |  | | | | | | |  | |
|  |  | |  | |  | | | | |  | | | |  | | |
| **Основна литература** | | | | | | | | | Милетић, С. (2004) Истраживање тржишта, Економски факултет, Приштина/З. Поток | | | стр. 283‒294 | | | | |
|  | | | | | | | | | Нићин, С. (2014) Истраживање тржишта, Европски универзитет, Брчко. http://www.evropskiuniverzitet-brcko.com | | | стр. 18‒23 | | | | |