

<b>Naziv predmeta</b>	PONAŠANJE POTROŠAČA					
<b>Skraćeni naziv</b>	<b>Status</b>	<b>Semestar</b>	<b>ECTS</b>	<b>Fond časova (P+A+L)</b>		
DE-29	obavezan	6.	6	3	2	
<b>Šifra predmeta</b>	DE-29					
<b>Vrsta i nivo studija, studijski program:</b> Akademске studije prvog ciklusa studija; Studijski program ekonomske nauke						
<b>Uslovljenost drugim predmetima:</b> Nema uslova prijavljivanja i slušanja predmeta.						
<b>Ciljevi izučavanja predmeta:</b> Cilj predmeta Ponašanje potrošača je da se studenti upoznaju sa faktorima koji utiču na ponašanje potrošača i modelima ponašanja potrošača. Ovaj kurs treba da omogući studentima da usvoje osnovna znanja o procesu odlučivanja potrošača, kao i ulogama u procesu kupovine, ali i o načinu organizovanja i zaštite potrošača. Takođe, jedan od ciljeva je i proučavanje potrošača, kao individue i kao člana zajednice, sa težnjom da se prodre u njegovo ponašanje i faktore koji na to ponašanje utiču.						
<b>Ime i prezime nastavnika i saradnika:</b>						
<b>Metod nastave i savladavanje gradiva:</b> Nastava se izvodi u obliku predavanja i vježbi na računaru. Učenje, testovi, domaći radovi, seminarski rad i konsultacije.						
<b>Sadržaj predmeta po sedmicama:</b>						
1.	Ponašanje potrošača u marketing istraživanjima					
2.	Osnovni pojmovi o ponašanju potrošača; razlozi istraživanja ponašanja potrošača					
3.	Razvoj ponašanja potrošača kao naučne discipline; interdisciplinarnost ponašanja potrošača					
4.	Motivacioni proces potrošača; potrebe potrošača; motivi potrošača; ponašanje (akcija) potrošača					
5.	Uticaji na ponašanje potrošača; klasifikacija faktora koji utiču na ponašanje potrošača; geografske determinante ponašanja potrošača, demografski faktori; ekonomski uticaji na ponašanje potrošača					
6.	Sociološke determinante ponašanja potrošača, kultura					
7.	Društvena klasa i sloj, društvena uloga i status; relevantne i referentne grupe; lideri (vođe) mišljenja					
8.	Porodica; stil života					
9.	Prvi test					
10.	Psihološki (interni) faktori ponašanja potrošača; proces informisanja potrošača					
11.	Proces učenja, ličnost					
12.	Stavovi potrošača, motivaciona istraživanja					
13.	Proces odlučivanja potrošača, faze procesa odlučivanja					
14.	Vrste procesa odlučivanja; uloge u procesu kupovine					
15.	Proces prihvatanja (difuzija) novog proizvoda; organizovanje i zaštita potrošača					
16.	Društvena odgovornost i konzumerizam					
17.	Drugi test					
<b>Opterećenje studenta po predmetu:</b>						
Nedjeljno:			<b>U semestru:</b>			
Kreditni koeficijent			<b>Ukupno opterećenje za predmet:</b>			
6/30=0,2			6 kredita x 30 sati/kreditu=180 sati			
Nedjeljno opterećenje:			Aktivna nastava: 5 x15= 75 sati predavanja i vježbi,			
= 0,2 x 40 sati			<b>Kontinualna provjera znanja: 10 sati</b>			
= 8 sati			<b>Završna provjera znanja: 5 sati</b>			
			<b>Samostalan rad: učenje, seminarski, konsultacije 90 sati</b>			
<b>Obaveze studenta:</b> Studenti su obavezni da: pohađaju nastavu, urade domaće radove, seminarski rad i testove, da rade kolokvije i posjećuju konsultacije.						
<b>Literatura:</b> Maričić Branko, (2011). Ponašanje potrošača. Ekonomski fakultet. Beograd.; Solomon, M. R., Bamossy, G. J., Askegaard, S., Hogg, M. K. (2015). Ponašanje potrošača. Europska slika. 4. izdanje. D.O.O. Mate. Zagred.						
<b>Oblici provjere znanja i ocjenjivanje:</b> Redovno prisustvo nastavi donosi do 10 bodova, kolokvijumi, testovi donose do 30 bodova (2x15), domaći radovi i seminarski rad donosi do 10 bodova, završni ispit donosi do 50 bodova. Prolazna ocjena se dobije ako se sakupi 55 ili više bodova.						
<b>Posebna napomena za predmet:</b> Nema						