

	УНИВЕРЗИТЕТ У ИСТОЧНОМ САРАЈЕВУ		
	Студијски програм:	ПОСЛОВНА ЕКОНОМИЈА Смјер: Спољна трговина, порези и царине	

Назив предмета	ПОНАШАЊЕ ПОТРОШАЧА			
Катедра којој предмет припада	Катедра за маркетинг и менаџмент УИС (Економски факултет Брчко)			
Шифра предмета	Статус предмета	Семестар	Фонд часова	Број ECTS бодова
РЕ-03-1-029-7	Обавезни	7	4+2	7
Наставник	Проф. др Момчило Пољић			
Сарадник	Мр Звјездана Гавриловић			
Условљеност другим предметима			Облик условљености	
Нема			-	
Циљеви изучавања предмета:				
Потрошач је члан заједнице, друштвено и културно биће, које тежи да куповином и коришћењем одређеног производа/услуге задовољи своје потребе/жеље. Свијет маркетинга стога је окренут свијету потрошача. Маркетинг активности почињу и завршавају се са потрошачима. Управо зато и циљ предмета <i>Понашање потрошача</i> је да проучава потрошача, као индивидуу и као члана заједнице, тежећи да продре у његово понашање и факторе који на то понашање утичу. Без информација о потребама и мотивима потрошача, њиховом понашању у различитим ситуацијама у куповини и факторима који дјелују на процес куповине, не може се данас замислити успјех предузећа на тржишту.				
Исходи учења :				
По завршетку курса, студент има основна знања о специфичностима понашања потрошача и упознат је са мотивационим процесом потрошача. Циљ је да се студенти упознају са факторима који утичу на понашање потрошача и моделима понашања потрошача. Овај курс треба да омогући студентима да усвоје основна знања о процесу одлучивања потрошача, као и улогама у процесу куповине, али и о начину организовања и заштите потрошача.				
Садржај предмета:				
1. Понашање потрошача у маркетинг истраживањима. 2. Основни појмови о понашању потрошача. Разлози истраживања понашања потрошача. 3. Развој понашања потрошача као научне дисциплине. Интердисциплинарност понашања потрошача. 4. Мотивациони процес потрошача. Потребе потрошача. Мотиви потрошача. Понашање (акција) потрошача. 5. Утицаји на понашање потрошача. Класификација фактора који утичу на понашање потрошача. Географске детерминанте понашања потрошача. Демографски фактори. Економски утицаји на понашање потрошача. 6. Социолошке детерминанте понашања потрошача. Култура. 7. Друштвена класа и слој. Друштвена улога и статус. Релевантне и референтне групе. Лидери (вође) мишљења. 8. Породица. Стил живота. 9. Психолошки (интерни) фактори понашања потрошача. Процес информисања потрошача. 10. Процес учења. Личност. 11. Ставови потрошача. Мотивациона истраживања.				

12. Процес одлучивања потрошача. Фазе процеса одлучивања.					
13. Врсте процеса одлучивања. Улоге у процесу куповине.					
14. Процес прихватања (дифузија) новог производа. Организовање и заштита потрошача.					
15. Друштвена одговорност и конзументизам.					
Методе (и облици) наставе и савладавање градива:					
Предавања: Упознавање са градивом уз употребу видео пројектора, а по темама, и динамици који су дати у материјалу.					
Вјежбе: Вјежбе су комплементарне са предавањима. Облици рада који ће се спроводити на вјежбама садрже презентирање допунских информација и примјера од стране асистента (видео пројектор), дискусије, појединачни и групни рад студената на рјешавању примјера из праксе, допунско појашњавање “тежих” лекција, остале видове рада.					
Литература:					
Основна литература:					
Маричић Бранко, (2011), <i>Понашање потрошача</i> , Економски факултет, Београд.					
Облици провјере знања и оцјењивање:					
За полагање испита неопходно је 50% из сваке од наведених активности.					
Похађање наставе	5	Колоквијум	40	Завршни испит	50
Активност на настави	-	Семинарски рад	5	Лабораторија	-
Посебна назнака за предмет:					
Име и презиме наставника који је припремио податке: Проф. др Момчило Пољић					
Датум овјере: 18.02.2016.					