

Fakultet za turizam i hotelijerstvo / Hotelijerstvo / Razumijevanje potrošača u turizmu

Uslovljenost drugim predmetima	Nema.
Ciljevi izučavanja predmeta	Upoznavanje teorijskih koncepcija o ponašanju potrošača, kao rezultata integrisanog djelovanja različitih faktora. Analiza potrošača kao individue (motivi, percepcija, ličnost, stavovi i dr.) i kao člana određene grupe (porodice, društvene klase, kulture i drugih referentnih grupa). Istraživanje motivacije potrošača u turizmu. Izučavanje sigurnosti i zaštite potrošača na nivou turističke destinacije.
Ime i prezime nastavnika i saradnika	Prof. dr Andriela Vitić - Četković
Metod nastave i savladanja gradiva	predavanja, vježbe, seminari, studentske posjete (fieldwork/ field visit report), konsultacije
I nedjelja, pred.	Potrošači na turističkom tržištu. Segmentacija turističkog tržišta.
I nedjelja, vježbe	Studija slučaja. Podjela tema seminarskih radova.
II nedjelja, pred.	Definisanje, kategorije i tipologija potrošača u turizmu
II nedjelja, vježbe	Studija slučaja. Podjela tema seminarskih radova.
III nedjelja, pred.	Osnovni modeli ponašanja potrošača u turizmu.
III nedjelja, vježbe	Studija slučaja. Podjela tema seminarskih radova.
IV nedjelja, pred.	Ostali modeli ponašanja potrošača u turizmu.
IV nedjelja, vježbe	Studija slučaja. Odbrana seminarskih radova.
V nedjelja, pred.	Strategije istraživanja ponašanja potrošača u turizmu.
V nedjelja, vježbe	Studija slučaja. Odbrana seminarskih radova.
VI nedjelja, pred.	Postupak istraživanja potrošača.
VI nedjelja, vježbe	Studija slučaja. Odbrana seminarskih radova.
VII nedjelja, pred.	Determinante ponašanja potrošača u turizmu.
VII nedjelja, vježbe	Studija slučaja. Odbrana seminarskih radova.
VIII nedjelja, pred.	Kolokvijum I
VIII nedjelja, vježbe	Studija slučaja. Odbrana seminarskih radova.
IX nedjelja, pred.	Psihološka istraživanja potrošača u turizmu.
IX nedjelja, vježbe	Studija slučaja. Odbrana seminarskih radova.
X nedjelja, pred.	Kreiranje vrijednosti i zadovoljstvo potrošača u turizmu.
X nedjelja, vježbe	Studija slučaja. Odbrana seminarskih radova.
XI nedjelja, pred.	Lojalnost potrošača u turizmu.
XI nedjelja, vježbe	Studija slučaja. Odbrana seminarskih radova.
XII nedjelja, pred.	Zaštita korisnika turističkih usluga – opšti pristup sigurnosti u turizmu.
XII nedjelja, vježbe	Studija slučaja. Odbrana seminarskih radova.
XIII nedjelja, pred.	Kolokvijum II
XIII nedjelja, vježbe	Studija slučaja. Odbrana seminarskih radova.
XIV nedjelja, pred.	Konzumerizam.
XIV nedjelja, vježbe	Studija slučaja. Odbrana seminarskih radova.
XV nedjelja, pred.	Društveno odgovorno poslovanje u turizmu.
XV nedjelja, vježbe	Studija slučaja. Odbrana seminarskih radova.
Obaveze studenta u toku nastave	Studenti su obavezni da pohađaju nastavu i vježbe.
Konsultacije	Nakon časova i po dogovoru s profesorom.
Opterećenje studenta u casovima	
Literatura	1. Đeri, Lukrecija (2009): »Ponašanje i zaštita potrošača na turističkom tržištu«, Zadužbina Andrejević,

	Beograd 2. Živković, Radmila (2013): »Ponašanje i zaštita potrošača u turizmu«, Singidunum, Beograd 3. Swarbrooke John & Horner, Susan (2016): »Consumer Behavior in Tourism«, Butterworth & Heinemann, Oxford 4. Rajagopal & Castano, Raquel (2015):»Understanding Consumer Behavior and Consumption Experience«, IGI Global, USA 5. Kozak Metin, Decrop Alain (2012): »Handbook of Tourist Behavior: Theory & Practice«, Routledge Advances in Tourism, New York 6. Frochot, Isabelle & Batar, Wided (2013): »Marketing and Designing Tourist Experience«, Goodfellow Publisher Limited, UK
Oblici provjere znanja i ocjenjivanje	Prisutnost do 10 bodova, seminarski rad do 10 bodova, I kolokvijum do 15 bodova; II kolokvijum do 15 bodova; završni ispit do 50 bodova
Posebne oznake za predmet	
Napomena	
Ishodi učenja	- Poznaje osnovne pojmove i modele ponašanja potrošača u turizmu - Razumije ulogu istraživanja ponašanja potrošača u kontekstu unapređenja ponude turističke destinacije i preduzeća - Upoređuje karakteristike potrošača u cilju efikasne segmentacije tržišta i pozicioniranja za odgovarajuće ciljne grupe - Analizira različite faktore uticaja na formiranje odluka potrošača u turizmu - Formira stav o promjenama u ponašanju potrošača na osnovu trendova na globalnom turističkom tržištu