

Ekonomski fakultet / Ekonomija, smjer Menadžment / RAZUMIJEVANJE POTROŠAČA

Naziv predmeta:	RAZUMIJEVANJE POTROŠAČA			
Šifra predmeta	Status predmeta	Semestar	Broj ECTS kredita	Fond časova (P+V+L)
2845	Obavezan	8	4	2+2+0
Studijski programi za koje se organizuje	Ekonomija, smjer Menadžment			
Uslovljenost drugim predmetima				
Ciljevi izučavanja predmeta	Da se studenti upoznaju sa najnovijim tendencijama u ponašanju potrošača i uspostavljanju odnosa sa potrošačima u viskorazvijenim zemljama, kao i ponašanjem potrošača kao osnovom za integralne marketing aktivnosti preduzeća i organizacija			
Ishodi učenja	Po završetku ovog predmeta, student će biti osposobljen da: Identifikuje različite potrebe savremenog potrošača i istovremeno prilagodi ponudu preduzeća tim potrebama. Shvati značaj uticaja internih i eksternih faktora na ponašanje finalnih potrošača. Napravi razliku u ponašanju individualnih i kolektivnih potrošača. Uvidi značaj kros-kulturnih razlika u ponašanju potrošača iz različitih zemalja. Primijeni savremene internet tehnologije u procesu komuniciranja između proizvođača i potrošača. Analizira suštinske elemente zakona o zaštiti potrošača.			
Ime i prezime nastavnika i saradnika	Predmetni nastavnik: Prof. dr Božo mihailović, redovni profesor Predmetni saradnik: Mr Vladimir Đurišić			
Metod nastave i savladanja gradiva	Predavanja, studije slučajeve, prevod strane literature i prezentacija na času i seminarski radovi			
Plan i program rada				
Pripremne nedjelje	Priprema i upis semestra			
I nedjelja, pred.	Ponašanje (razumijevanje) potrošača - rekapitulacija znanja			
I nedjelja, vježbe	Ponašanje (razumijevanje) potrošača - rekapitulacija znanja			
II nedjelja, pred.	Osnovni ciljevi i razlozi istraživanja ponašanja potrošača			
II nedjelja, vježbe	Osnovni ciljevi i razlozi istraživanja ponašanja potrošača			
III nedjelja, pred.	Razumijevanje potrosaca» kao veća faza u ponašanju potrošača.			
III nedjelja, vježbe	Razumijevanje potrosaca» kao veća faza u ponašanju potrošača.			
IV nedjelja, pred.	Interdisciplinarnost ponašanja potrošča			
IV nedjelja, vježbe	Interdisciplinarnost ponašanja potrošča			
V nedjelja, pred.	Motivacioni proces i ponašanje potrošača			
V nedjelja, vježbe	Motivacioni proces i ponašanje potrošača			
VI nedjelja, pred.	Potrebe, motivi i ponasanje (akcija)			
VI nedjelja, vježbe	Potrebe, motivi i ponasanje (akcija)			
VII nedjelja, pred.	Ponašanje potrošača i marketing strategije			
VII nedjelja, vježbe	Ponašanje potrošača i marketing strategije			
VIII nedjelja, pred.	I Kolokvijum			
VIII nedjelja, vježbe	I kolokvijum			
IX nedjelja, pred.	Različiti uticaji na ponašanje potrošača. Identifikacija i klasifikacija. Osnovna analiza.			
IX nedjelja, vježbe	Različiti uticaji na ponašanje potrošača. Identifikacija i klasifikacija. Osnovna analiza.			
X nedjelja, pred.	Eksterni uticaji: Demografija, kultura i subkultura.			
X nedjelja, vježbe	Eksterni uticaji: Demografija, kultura i subkultura.			
XI nedjelja, pred.	Eksterni uticaji: ekonomski i društvene klase			
XI nedjelja, vježbe	Eksterni uticaji: ekonomski i društvene klase			
XII nedjelja, pred.	Uticaji grupe i vrijednosti. Porodica i domaćinstvo			
XII nedjelja, vježbe	Uticaji grupe i vrijednosti. Porodica i domaćinstvo			
XIII nedjelja, pred.	Interni uticaji. Percepcija, učenje, iskustvo. Motivacija, ličnost i emocija. Koncept ličnosti i stil života			

XIII nedjelja, vježbe	Interni uticaji. Percepcija, učenje, iskustvo. Motivacija, ličnost i emocija. Koncept ličnosti i stil života					
XIV nedjelja, pred.	Odlučivanje o kupovini Zaštita potrošača u svijetu i Crnoj Gori					
XIV nedjelja, vježbe	Odlučivanje o kupovini Zaštita potrošača u svijetu i Crnoj Gori					
XV nedjelja, pred.	II kolokvijum					
XV nedjelja, vježbe	II kolokvijum					
Opterećenje studenta	nedjeljno 4 kredita x 40/30 = 5,3 sati Struktura: 2 sata za predavanja 2 sata za vježbe 1,3 sata samostalnog rada, uključujući konsultacije. u semestru Ukupno opterećenje za predmet 4x30 = 120 sati Struktura: Nastava i završni ispit: 5,3x16nedjelja= 85,3 sati Neophodne pripreme prije početka semestra (administracija, upis, ovjera): 5,3x2= 10,6 sati. Dopunski rad za pripremu i polaganje ispita u popravnom roku: 24,1 sata.					
Nedjeljno			U toku semestra			
4 kredita x 40/30=5 sati i 20 minuta 2 sat(a) teorijskog predavanja 0 sat(a) praktičnog predavanja 2 vježbi 1 sat(a) i 20 minuta samostalnog rada, uključujući i konsultacije			Nastava i završni ispit: 5 sati i 20 minuta x 16 =85 sati i 20 minuta Neophodna priprema prije početka semestra (administracija, upis, ovjera): 5 sati i 20 minuta x 2 =10 sati i 40 minuta Ukupno opterećenje za predmet: 4 x 30=120 sati Dopunski rad za pripremu ispita u popravnom ispitnom roku, uključujući i polaganje popravnog ispita od 0 do 30 sati (preostalo vrijeme od prve dvije stavke do ukupnog opterećenja za predmet) 24 sati i 0 minuta Struktura opterećenja: 85 sati i 20 minuta (nastava), 10 sati i 40 minuta (priprema), 24 sati i 0 minuta (dopunski rad)			
Obaveze studenta u toku nastave			Obaveza je studenta da pohađa nastavu i uradi dva pozitivno ocijenjena kolokvija (po 20. Poena). Student može da radi seminarski rad na jednu od zadatih tema, koje se utvrđuju Planom rada (15 poena). Prevod iz knjige, koji brani na casu (10. Poena).			
Konsultacije			Poslije predavanja			
Literatura			Maričić B.: Ponasanje potrošača, Ekonomski fakultet, Beograd ;Hawukins and oth. Consumer Bihavior; McGraw Hill Irwin, 2010. G. Zaltman- How Customer Think			
Oblici provjere znanja i ocjenjivanje			1.Ucesce na casu;2. Esej; 3. Kolkovijum 4. Odabir i izlaganje prevoda;5. Zasvrsni ispit (usmeni)			
Posebne naznake za predmet						
Napomena						
Ocjena:	F	E	D	C	B	A
Broj poena	manje od 50 poena	više ili jednako 50 poena i manje od 60 poena	više ili jednako 60 poena i manje od 70 poena	više ili jednako 70 poena i manje od 80 poena	više ili jednako 80 poena i manje od 90 poena	više ili jednako 90 poena