

Студијски програм: Економија и пословно управљање и Пословна информатика			
Назив предмета: Понашање потрошача			
Наставник/наставници: Вељко Маринковић			
Статус предмета: студијски програм Економија и пословно управљање, обавезан на модулима Маркетинг и Туризам и хотелијерство, изборни на модулу Финансије, банкарство и осигурање; изборни на студијском програму Пословна информатика			
Број ЕСПБ: 7			
Услов:			
Циљ предмета Циљ предмета је проучавање потрошача као појединаца и као чланова заједнице, са тежњом да се открију интерни и екстерни фактори који утичу на њихово понашање у процесу куповине. У оквиру предмета наводе се разлози истраживања понашања потрошача, и објашњавају се врсте и фазе процеса доношења одлука потрошача. Анализирају се и разлике између финалних потрошача и пословних купаца. Осим наведеног, разматра се поступак мерења сатисфакције, лојалности потрошача, као и пројекција будуће профитабилности потрошачких сегмената.			
Исход предмета Исход предмета је теоријско и практично знање које помаже студентима не само да идентификују кључне факторе понашања потрошача, већ и да предвиде одлуке које ће потрошачи донети у процесу куповине. Резултати које пружа истраживање понашања потрошача су основа за креирање маркетиншких стратегија и обезбеђење сатисфакције и лојалности потрошача. Савладавањем материје, студенти стичу вештине конципирања студије из области истраживања потрошача, као и комуникацијске вештине презентације добијених резултата. Захваљујући организованим фокус групама, студенти се оспособљавају за критичко решавање различитих проблема и давања препорука у циљу обезбеђења сатисфакције и лојалности потрошача и профитабилног пословања предузећа. Кроз стицање вештина рада у програму Weka, студенти уче како да предвиде намере потрошача приликом избора различитих марки производа, како да групишу потрошаче у одговарајуће сегменте и процене атрактивност различитих сегмената.			
Садржај предмета <i>Теоријска настава</i> Потрошач у маркетинг истраживањима Социолошка истраживања потрошача Психолошка и мотивациона истраживања потрошача Одлучивање потрошача о куповини Мотиви и понашање пословног купца Мерење сатисфакције и лојалности потрошача <i>Практична настава</i> Вежбе, презентација резултата студија из области истраживања понашања потрошача, анализа студија случаја, фокус групе, рад у програму Weka.			
Литература Основна литература: Бранко Маричић, Понашање потрошача, ЦИД, Економски факултет, Београд, 2011. Допунска литература: Вељко Маринковић, Маркетиншки аспекти сатисфакције и лојалности, Економски факултет, Крагујевац, 2012.			
Број часова активне наставе	Теоријска настава: 3	Практична настава: 2	
Методe извођења наставе: Теоријска настава, практична настава, самостални рад студената, консултације			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	поена	Завршни испит	поена
активност у току предавања	15	писмени испит	
практична настава		усмени испит	30
колоквијум-и	40	
семинар-и	15		