
	УНИВЕРЗИТЕТ У ИСТОЧНОМ САРАЈЕВУ						
	ЕКОНОМСКИ ФАКУЛТЕТ БРЧКО						
	<i>Студијски програм: Економија Смјер: Менаџмент</i>						
	Први циклус студија	IV година студија					
Пун назив предмета	ПОНАШАЊЕ ПОТРОШАЧА						
Катедра	Катедра за маркетинг и менаџмент – Економски факултет Брчко						
Шифра предмета	Статус предмета	Семестар	ECTS				
ME-08-2-103	изборни	VII	6				
Наставник	Др Момчило Пољић, редовни професор						
Сарадник	Др Дејан Тешић, доцент						
Фонд часова/ наставно оптерећење (седмично)		Индивидуално оптерећење студента (у сатима семестрално)		Коефицијент студентског оптерећења S₀			
П	АВ	ЛВ	П	АВ	ЛВ	S₀	
3	2	0	3*15*1,60	2*15*1,10	0	SoП = 1,60	SoAB = 1,10
укупно наставно оптерећење (у сатима, семестрално) $X*15 + Y*15 + Z*15 = W$ $3*15 + 2*15 + 0 = 75 \text{ h}$			укупно студентско оптерећење (у сатима, семестрално) $3*15*1,20 + 3*15*1,47 + 0 = T$ $3*15*1,60 + 2*15*1,10 + 0 = 105 \text{ h}$				
Укупно оптерећење предмета (наставно + студентско): $W + T = U_{\text{opt}}$ сати семестрално $75 \text{ h} + 105 \text{ h} = 180 \text{ h} = U_{\text{opt}}$							
Исходи учења	Савладавањем овог предмета студент ће моћи да: 1. усвоји основна знања о специфичностима понашања потрошача и биће упознат са мотивационим процесом потрошача. 2. усвоји основна знања о факторима који утичу на понашање потрошача и моделима понашања потрошача. 3. усвоји основна знања о процесу одлучивања потрошача, као и улогама у процесу куповине. 4. усвоји основна знања о начину организовања и заштите потрошача.						
Условљеност	нема условљености						
Наставне методе	предавања, вјежбе, студије случаја						
Садржај предмета по седмицама	<ol style="list-style-type: none"> 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. 3. Мотивациони процес потрошача. Потребе потрошача. Мотиви потрошача. Понашање (акција) потрошача. 4. Утицаји на понашање потрошача. Класификација фактора који утичу на понашање потрошача. Географске детерминанте понашања потрошача. Демографски фактори. Економски утицаји на понашање потрошача. 5. Социолошке детерминанте понашања потрошача. Култура. 6. Друштвена класа и слој. Друштвена улога и статус. Релевантне и референтне групе. Лидери (вође) мишљења. 7. Породица. Стил живота. 8. Први колоквијум. 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. Друштвена одговорност и конзумеризам. 15. Други колоквијум 						
Обавезна литература							
Аутор/ и	Назив публикације, издавач		Година	Странице (од-до)			
Маричић, Б.	Понашање потрошача, ЦИД Економског факултета у Београду		2011	-			
Обавезе, облици провере знања и оцјењивање	Врста евалуације рада студента			Бодови	Процент		
	Предиспитне обавезе						
присуство предавањима/ вјежбама			10	10%			

	први колоквијум	20	20%
	други колоквијум	20	20%
	семинарски рад	10	10%
	Завршни испит		
	завршни испит (усмени/ писмени)	40	40%
УКУПНО		100	100 %
Датум овјере	1. електронска сједница ННВ ЕФ Брчко, 23.10.2023. године		