

## ISPITNA PITANJA

1. Ponašanje potrošača u marketing istraživanjima 3-9
2. Definisane ponašanja potrošača 11-15
3. Vrste potrošača 15-21
4. Analiza različitih situacija u kupovini 21-26
5. Nivoi angažovanosti potrošača u kupovini 26-30
6. Tipovi ponašanja u kupovini 30-33
7. Nivoi analize ponašanja potrošača 34- 36
8. Ciljevi i svrha istraživanja ponašanja potrošača 40-48
9. Ponašanje potrošača u upravljanju marketingom 48-55
10. Modeli za upravljanje ponašanjem potrošača 56-58
11. Database marketing 58-67
12. Razvoj ponašanja potrošača kao naučne discipline 69-74
13. Teorije o ponašanju potrošača 74-76
14. Strategije istraživanja potrošača 76-80
15. Postupak istraživanja potrošača 80-82
16. Metodi istraživanja potrošača 82-90
17. Novi izazovi u istraživanju potrošača 90-92
18. Interdisciplinarnost ponašanja potrošača 95-100
19. Motivacioni proces potrošača 105-111
20. Teorije motivacije potrošača 111-115
21. Potrebe potrošača 119-123
22. Vrste i klasifikacija potreba 123-126
23. Pojam i klasifikacija motiva 129-134
24. Afektivno ponašanje 134-136
25. Opšti profili potrošača 140-144
26. Neplanirane kupovine 144-146
27. Uticaji na ponašanje potrošača 151-154
28. Klasifikacija faktora koji utiču na ponašanje potrošača 155-157
29. Geografske determinante ponašanja potrošača 159-165
30. Demografski faktori ponašanja potrošača 169-177
31. Ekonomski uticaji na ponašanje potrošača 179-198
32. Sociološke determinante ponašanja potrošača 205-210
33. Kultura 211-218
34. Običaji, rituali i mitovi 218-221
35. Podkultura 224-232
36. Unakrsna analiza kultura 232-239
37. Popularna (masovna) kultura 239-245
38. Popularne (masovne) obmane 247-248
39. Neprimereno ponašanje potrošača 248-253
40. Društvena klasa i sloj 257-263
41. Društvena uloga i status 265-270
42. Relevantne i referentne grupe 271-281
43. Lideri (vodje mišljenja) 283-288
44. Porodica 291-293
45. Žene potrošači 296-304
46. Deca potrošači 304-313
47. Koncept životnog ciklusa porodice 313-315
48. Stil života 319-324

49. Tehnike merenja stila života 324-332
50. Psihološki faktori ponašanja potrošača 337-339
51. Proces informisanja potrošača 341-344
52. Percepcija 344-347
53. Proces učenja 375-391
54. Lični koncept 396-398
55. Teorije ličnosti 398-405
56. Stavovi potrošača 407-411
57. Formiranje stavova 411-414
58. Merenje stavova potrošača 414-421
59. Strategije za promenu stavova potrošača 421-426
60. Persuazivna komunikacija 426-433
61. Motivaciona istraživanja 437-441
62. Opservacija i zaključivanje 441-442
63. Samoispitivanje i testovi sećanja 442-443
64. Testovi asocijacije 443-444
65. Projektivne tehnike 444-446
66. Tehnike skaliranja 446-448
67. Teorijska objašnjenja procesa kupovine 458-461
68. Proces odlučivanja potrošača 463-465
69. Svesnost potrebe 465-467
70. Traženje informacija 467-471
71. Procena alternativa 471-475
72. Kupovina 475-478
73. Ocena posle kupovine 478-479
74. Satisfakcija potrošača i njene implikacije na poslovne rezultate 485-486
75. Merenje satisfakcije potrošača 487-490
76. Totalna satisfakcija potrošača 490-491
77. Ponašanje potrošača u slučaju nezadovoljstva proizvodom 493-496
78. Kognitivna disonanca (nesklad u shvatanju) 496-499
79. Uloge u procesu kupovine 511-513
80. Proces prihvatanja novog proizvoda 515-518
81. Kategorije prihvatilaca 518-522
82. Tipovi poslovnog kupca 532-538
83. Potrebe u proizvodno-uslužnoj potrošnji 538-539
84. Ciljevi i motivi kupovine poslovnog kupca 539-541
85. Faktori koji utiču na proces odlučivanja poslovnog kupca 556-558
86. Centar kupovine 558-561
87. Faze procesa odlučivanja 561-563
88. Metodi kupovine poslovnog kupca 564-567
89. Tipovi kupovine poslovnog kupca 569-573
90. Odnos poslovnog kupca i prodavca 573-575
91. Modeli ponašanja finalnog potrošača 600-602
92. Modeli ponašanja poslovnog kupca 617-618
93. Organizovanje i zaštita potrošača 629-634
94. Osnovna prava potrošača 639-645
95. Bazični problemi potrošača 645-648
96. Društvena odgovornost i konzumerizam 653-661

Predmetni nastavnici:  
**Prof. dr Ljiljana Stanković**  
**Doc. dr Suzana Đukić**