

Табела 5.1 Спецификација предмета на студијском програму докторских студија

|   |                       |                    |
|---|-----------------------|--------------------|
| <b>Назив предмета:</b> Психологија потрошача (DP0035)   |                       |                    |
| <b>Наставник или наставници:</b> Ивана Б. Петровић  |                       |                    |
| <b>Статус предмета:</b> Изборни   |                       |                    |
| <b>Број ЕСПБ:</b> 10  |                       |                    |
| <b>Услов:</b>   |                       |                    |
| <b>Циљ предмета</b><br>Темељно сагледавање научног статуса и критичко преиспитивање конструктора психологије потрошача у теоријском, операционалном и примењеном домену, анализа међусобних утицаја теоријских и истраживачких приступа у психологији и маркетингу.   |                       |                    |
| <b>Исход предмета</b><br>Студенти умеју да анализују теоријске и истраживачке приступе у основи одређења концепата у области понашања потрошача. Знају да дефинишу проблем, поставе хипотезе и теоријске поставке којима се унапређује теоријска и методолошка основа области.  |                       |                    |
| <b>Садржај предмета</b><br><i>Теоријска настава</i><br>Психологија потрошача, истраживање потрошача, научни статус истраживања потрошача, парадигме. Моделовање понашања потрошача. Методолошка питања у истраживању психологије потрошача, дизајнирање примењених истраживања, екстерна валидација, улога екстерне валидације у теоријским истраживањима, истраживање потрошача усмерено на откриће. Посебне области психологије потрошача, перцепција, учење и меморија, укљученост потрошача, личност потрошача, вредности, ставови, одлучивање потрошача, емоције и расположење. Добробит потрошача. Упадљива потрошња. Однос потрошача према бренду. Онлајн понашање потрошача. Одржива потрошња и про-срединско понашање. Волонтирање и помагање. Личност робне марке. Промоција здравља и одлучивање у вези са здрављем. Пристојност и разноврсност у оглашавању. Неодлично понашање потрошача. Етичност у истраживању потрошача.<br><i>Практична настава</i><br>Истраживање потрошача усмерено на откриће. Анализа и евалуација различитих методолошких приступа. Дизајнирање истраживања различитих проблема у циљу провере одређених теоријских поставки, односно решавања одређених практичних проблема.   |                       |                    |
| <b>Препоручена литература</b><br>Bearden, W. O., Netemeyer, R. G., & Haws, K. L. (Eds.). (2010). <i>Handbook of marketing scales: Multi-item measures for marketing and consumer behavior research</i> . Sage.<br>Bruner, G. C. (2019). <i>Marketing scales handbook: A compilation of multi-item measures for consumer insight research</i> , Vol. 10. GCBII Productions.<br>Bruner, G. C. (2013). <i>Marketing scales handbook: Multi-item measures for consumer insight research</i> , Vol. 7. GCBII Productions.<br>Haugtvedt, C. P., Herr, P. M., & Kardes, F. R. (Eds.). (2008). <i>Handbook of consumer psychology</i> . Taylor & Francis.<br>MacInnis, D. J., Park, C. W., & Priester, J. W. (2014). <i>Handbook of brand relationships</i> . Routledge.<br>Solomon, M. R., & Lowrey, T. M. (Eds.). (2017). <i>The Routledge companion to consumer behavior</i> . Routledge.<br>Sreejesh, S., & Mohapatra, S. (2013). <i>Mixed method research design: an application in consumer-brand relationships (CBR)</i> . Springer Science & Business Media.<br>Williams, J. D., Lee, W. N., & Haugtvedt, C. P. (Eds.). (2004). <i>Diversity in advertising: Broadening the scope of research directions</i> . Psychology Press.<br>Worcester, R., Downham, J. (Eds.). (1986). <i>Consumer market research handbook</i> , 3rd edn, McGraw-Hill.<br>Збирка чланака из часописа <i>Consumer Psychology</i> – Goodman, J. & Lambertson, C. P. <i>Official SCP Syllabus</i> . |                       |                    |
| Број часова активне наставе   | Теоријска настава: 75 | Практична настава: |
| <b>Методе извођења наставе</b><br>Предавања, дискусије, менторски рад, презентације семинарских радова, прикази истраживачких радова, презентације истраживачких пројеката.   |                       |                    |
| <b>Оцена знања (максимални број поена 100)</b>  |                       |                    |
| Семинарски рад  |                       | 20                 |
| Преглед истраживачких радова (чланак и презентација)  |                       | 20                 |
| Рецензирање радова  |                       | 15                 |
| Нацрт истраживања, презентовање и усмена одбрана  |                       | 45                 |