|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Студијски програм :** ОАС Туризам | | | | |
| **Назив предмета:** Понашање и заштита потрошача у туризму | | | | |
| **Наставник:** [Лукреција Л. Ђери](../../Standard%209/Tabela%209.1a%20-%20Knjiga%20nastavnika/Lukrecija%20Djeri.docx) | | | | |
| **Статус предмета:** Изборни за модул туризам | | | | |
| **Број ЕСПБ:** 5 | | | | |
| **Услов:** нема | | | | |
| **Циљ предмета**  Оспособљавање студената да кроз теоријску и практичну наставу решавају проблеме везане за правовремено и континуирано праћење процеса и пројекцију куповине туристичких производа и услуга, разлике између посебних врста одлука у куповини, идентификовање фактора (интерних и екстерних) у том процесу који су од есенцијалног значаја за успешно доношење одлука везано за куповину туристичких призвода и услуга, фазе процеса одлучивања, после продајне услуге, увођење иновативних производа на туристичко тржиште, даривање потрошача као и тумачење и спровођење законске регулативе која се односи на заштиту потрошача у туризму. | | | | |
| **Исход предмета**  Након завршеног курса студент је способан да успешно анализира, сумира, критички просуди, предвиди и управља односима са потрошачима туристичких производа и услуга обезбеђујући свим стејкхолдерима у туризму и угоститељству конкурентност, добру позиционираност и раст на туристичком тржишту. | | | | |
| **Садржај предмета**  ***Теоријска настава***  Дефиниција и разлози проучавања понашања потрошача, типологија потрошача у туризму, развој истраживања и интердисциплинарност. Потрошач као појединац, кључни психолошки процеси који се у њему одигравају као и детерминанте који утичу на његово понашање при избору, куповини и конзумирању туристичких производа и услуга. Типови потрошача у туризму и модели процеса одлучивања, теоријска објашњења и врсте процеса одлучивања, модел петостепеног процеса куповине.  Специфична подручја понашања потрошача као што су: даривање, ширење иновација, програми лојалности и питање етичког понашања. Изучавање сигурносних мера у туризму, законске регулативе као и улоге владиних и невладиних организација у заштити потрошача на туристичком тржишту.  ***Практична настава***  На примерима добре праксе и анализи студија случаја из менаџерске праксе у туристичким предузећима уочавање, препознавање и решавање проблема везаних за понашање и заштиту потрошача у туризму који произилазе из све диверсификованијих преференција потрошача, разлика у карактеристикама личности, жељама и потребама, мотивацији, социјалног окружења, све бржег увођења нових туристичких производа и услуга на тржиште, краћег животног циклуса производа, повећаног интересовања за заштиту потрошача, раста глобалног тржишта и развоја информационих технологија у туризму и метода статистичке анализе, у правцу ефикасног управљања туристичким предузећима. | | | | |
| **Литература**  *Основна литература*   1. **Đeri, L.** (2017): *Ponašanje i zaštita potrošača u turizmu*, PMF, Departman za geografiju, turizam i hotelijerstvo, Novi Sad   *Допунска литература*   1. **Michael R. Solomon** (2019): *Consumer Behavior, Buying, Having and Being*, 13th Edition, Kindle Edition. ISBN-13: 978-0135225691 2. **Schiffman, L., Wisenblit, J**. (2018): *Consumer Behavior* (What`s New in Marketing), 12th Edition, Pearson, ISBN-13: 978-0134737828 | | | | |
| **Број часова активне наставе:** 4 | **Теоријска настава:** 2 | | **Практична настава:** 2 | |
| **Методе извођења наставе**  Предавања, power point презентације, коришћење едукативних филмова са примерима добре праксе преко интернета, излагање семинарских радова на тему резултата истраживања методом тајног купца | | | | |
| **Оцена знања (максимални број поена 100)** | | | | |
| **Предиспитне обавезе** | поена | **Завршни испит** | | поена |
| Активност у току предавања | **5** | писмени испит | | **/** |
| Практична настава | **5** | усмени испт | | **45** |
| Колоквијум | **40** | *..........* | |  |
| Семинарски рад | **5** |  | |  |