

Струка (назив): Економија, право и трговина		
Занимање (назив): ТРГОВАЧКИ ТЕХНИЧАР		
Предмет (назив): ТРГОВИНСКО ПОСЛОВАЊЕ		
Опис (предмета): Стручно-теоријски		
Модул (наслов): Потрошачи		
Датум:	2023.	Шифра:
		Редни број: 09
Сврха:		
Проучавање потрошача је проучавање појединаца, група или организација и свих активности повезаних са куповином, употребом и располагањем робом и услугама. Понашање потрошача се састоји од тога како потрошачеве емоције, ставови и карактеристике утичу на понашање при куповини.		
Специјални захтјеви / Предуслови:		
Стечена знања из предмета везаних за струку, практична знања и искуства у трговању, знања из предмета Маркетинг.		
Циљеви:		
<ul style="list-style-type: none"> -омогућити ученицима да се кроз наставу упознају с појмовима потрошача и понашање потрошача у вези с потрошњом (што укључује стицање, коришћење и располагање робом услугама и искуствима), -фокусирање на разумијевање потрошача као појединца, као и потрошача у социокултрнуом окружењу, -надограђивање знања и примјена знања у пракси, -радити самостално и у тиму, -развој критичког мишљења, -уважавање културних разлика, -развој усмених и писаних комуникацијских вјештина. 		
Теме:		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Понашање потроча 2. Истраживање потрошача 3. Утицај фактора на понашање потрошача 4. Понашање потрошача у процесу куповине 		

Тема	Исходи учења			Смјернице за наставнике
	Знања	Вјештине	Личне компетенције	
	Ученик је способан да:			
1. Понашање потроча	- дефинише појам понашање потрошача, -зна на који начин, којим методама анализирати потршаче, - идентификује циљно тржиште, -региструје евентурално незадовољство потрошача, -усвоји знања о начинима посматрања и праћења конкуренције.	-анализира потрошаче, -утврди и послужи циљно тржиште, -примјени одређене мјере и поступке како би минимизирао незадовољство потрошача и био испред конкуренције.	- савјесно, одговорно, уредно и правовремено обавља повјерене послове, - ефикасно планира и организује вријеме, - испољи позитиван однос према значају спровођења прописа и стандарда који су важни за његов рад, - испољи љубазност, комуникативност, ненаметљивост и флексибилност у односу према сарадницима и купцима	Наставник ће: - објаснити значај све већег интересовања за понашање потрошача, не само у области маркетинга, већ и у оквиру друштвених наука, - скренути пажњу на растућа сазнања о повећању значају свакодневне потрошње, - осврнуће се и на услужне дјелатности с обзиром на њихово све веће учешће у резултатима пословања, -изложити зашто је битно предвиђање понашања потрошача.
2. Истраживање потрошача	-знати истраживати ко купује, шта купује, зашто купује, -спознати на који начин доноси одлуке о куповини - препозна куповну моћ потрошача и шта она значи за пословање, - сагледа факотре који утичу на спремност за потрошњу,	- примјени начине истраживања потрошача, -примјени адекватан начин „испитивања“ потенцијалног купца како би схватио како он доноси одлуку о куповини, -узме у обзир битне факторе који у датом случају или уопште утичу на спремност за потрошњу.	- одговорно рјешава проблеме у раду, прилагођава се промјенама у раду и изражава спремност на тимски рад, - испољи позитиван однос према професионално – етичким нормама и вриједностима, - испољи иницијативу и предузимљивост, - испољава одличну спремност на стално усавршавање - испољава способност самосталног рјешавања проблема и самосталност у раду.	Наставник ће: - објаснити како организације (купци) доносе одлуке о куповини као и будућим одлукама, -како организације (продавци) предвиђају понашање купаца укључујући и знања из маркетинга, -објаснити како куповна моћ (потенцијалних купаца) дјелује на продавце и купце, -скренути пажњу на важеће прописе и законе.
3. Утицај фактора на понашање потрошача	- разумије шта значи како бити отворен према потрошачима, - на који начин бити отворен према диверзификованом	-анализира и закључи који фактори понашања потрошача одлучују о евентуралној куповини, -како дефинисати циљ		Наставник ће: -изложити сазнања везана за циљ истраживања (фактора који дјелују на понашање потрошача), - врсти података који се прикупљају и користе,

	<p>глобалном тржишту,</p> <ul style="list-style-type: none"> -разумије елементе који имају утицај на куповину специфичних производа, а како други дјелују на потрошњу уопште, - усвоји знања везана за однос цијена производа, -разумије како цијене производа и цијене супститута за тај производ утичу на купце, -схвати значај задовољства сада и у будућности за одређени производ. 	<p>истраживања, врсту података и време прикупљања података.</p>		<p>-временском оквиру који је потребно дефинисати.</p>
<p>4. Понашање потрошача у процесу куповине</p>	<ul style="list-style-type: none"> - схвата значај људских потреба и жеља које су данас бројне и различите и завршавају се тражњом и куповином, -препознаје фазе у процесу куповине, -наброји и објасни пет фаза у процесу куповине, -разумије психолошки концепт понашања потрошача, -разумије како се осјећајима и ставовима испољавају и опредељују појединци, - сагледа значај непланиране куповине. 	<ul style="list-style-type: none"> - анализира кроз примјере фазе процеса куповине како теоријски али и на практичним примјерима, -прикаже начин размишљања, окружење и ситуације које доводе до непланиране куповине. 		<p>Наставник ће:</p> <ul style="list-style-type: none"> -заједно са ученицима, користиће знања из маркетинга, набројати и објаснити фазе у процесу куповне, - уз примјере заједно са ученицима наводити појединачне ставове и опредјељења појединих ученика који на основу својих ставова и осјећаја се опредјељују за одређени предмет или услугу, -објасни значај непланиране куповине.
<p>Интеграција:</p>				

Модул се повезује да другим стручно-теоријским предметима везаним за занимање.
Модул се повезује посебно са предметом Маркетинг.

Извори:

- Уџбеници које је одобрило Министарство просвјете и културе Републике Српске;
- Друга стручна и теоријска литература (стручни часописи, приручници, збирке, видео и аудио записи, интернет и сл.).

Оцјењивање:

Оцјењивање се врши у складу са Законом о средњем образовању и васпитању и Правилником о оцјењивању ученика у настави и полагању испита у средњој школи.
О техникама и критеријумима оцјењивања ученике треба упознати на почетку изучавања модула.