Nastavni predmet: Psihologija potrošača

Broj časa: 46 i 47

Nastavna jedinica: Psihologija potrošača i Elementi komunikacionog procesa

Psihologija potrošača:

S obzireom da je ovo čas utvrđivanja, vaš zadatak je da obnovite gradivo i odgovorite na pitanja

1. Objasnite razliku između potrošača i kupca?

2. Pokušajte na nekom primeru da objasnite i opišete motivacioni ciklus ponašanja potrošača?

3. Navedite tri osnovne faze u procesu donošenja odluke o kupovini?

4. Navedite po kojim sve obeležjima ličnosti možemo razlikovati kupce?

5. Kako prodavac treba da se ponaša prema starijem kupcu?

Elementi komunikacionog procesa.

***Najbitniji elementi:* 1.pošiljalac poruke** - inicijator ili pokretač komunikacije, komunikator, izvor poruke, **2. primalac poruke** - jedinka 8 čovek ili životinja ) ili grupa koja prima poruke i tumači njeno značenje, **3. poruka** - informacija ili značenje koje se znakom ili sistemom znakova prenosi od pošiljaoca do primaoca.

Poruka ima sadržaj i formu ( usmena, pismena, gestovna...). Ona se oblikuje i šalje pomoću određenih sredstava i određenim kanalima ili medija.. Za komunikaciju među ljudima osnovni medij je jezik, a konkretna sredstva mogu biti usmeni govor, pisma, novine, kombinovana sredstva kao što su film, televizija i slično. Danas se mnogo govori o značaju masovnih sredstava komunikacije ( novine, radio, televizije) kojima se prenose poruke do velikog broja ljudi, često radi toga da se utiče na njihovo mišljenje i ponašanje.

Komunikacija može biti jednosmerna, uzajamna i dvosmerna.

Jednosmerna uglavnom obavljaju novine.

Uzajamna komunikacija je razgovor prijatelja, gde se svako istovremeno nalazii u ulozi pošiljaoca i u ulozi primaoca poruke.

odgovore na pitanja poslati na mejl sotra.milica@esloznica.rs