

<b>Студијски програм :</b> ОАС Туризам		
<b>Назив предмета:</b> Понашање и заштита потрошача у туризму		
<b>Наставник:</b> <a href="#">Лукреција Л. Ђери</a>		
<b>Статус предмета:</b> Изборни за модул туризам		
<b>Број ЕСПБ:</b> 5		
<b>Услов:</b> нема		
<b>Циљ предмета</b> 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 производа 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.		
<b>Исход предмета</b> 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.		
<b>Садржај предмета</b> <b>Теоријска настава</b> 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. <b>Практична настава</b> 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 информационог технологија у туризму и метода статистичке анализе, у правцу ефикасног управљања туристичким предузећима.		
<b>Литература</b> <i>Основна литература</i> 1. <b>Ђери, Л.</b> (2017): <i>Ponašanje i zaštita potrošača u turizmu</i> , PMF, Departman za geografiju, turizam i hotelijerstvo, Novi Sad <i>Допунска литература</i> 1. <b>Michael R. Solomon</b> (2019): <i>Consumer Behavior, Buying, Having and Being</i> , 13th Edition, Kindle Edition. ISBN-13: 978-0135225691 2. <b>Schiffman, L., Wisenblit, J.</b> (2018): <i>Consumer Behavior (What's New in Marketing)</i> , 12th Edition, Pearson, ISBN-13: 978-0134737828		
<b>Број часова активне наставе:</b> 4	<b>Теоријска настава:</b> 2	<b>Практична настава:</b> 2
<b>Методe извођења наставе</b> Предавања, power point презентације, коришћење едукативних филмова са примерима добре праксе преко интернета, излагање семинарских радова на тему резултата истраживања методом		

тајног купца			
<b>Оцена знања (максимални број поена 100)</b>			
<b>Предиспитне обавезе</b>	поена	<b>Завршни испит</b>	поена
Активност у току предавања	<b>5</b>	писмени испит	/
Практична настава	<b>5</b>	усмени испт	<b>45</b>
Колоквијум	<b>40</b>	.....	
Семинарски рад	<b>5</b>		