

## SADRŽAJ:

|                                                                                            |    |
|--------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| UVOD .....                                                                                 | 3  |
| 1. OSNOVNI POJMOVI PONAŠANJA POTROŠAČA .....                                               | 5  |
| 1.1. PET OSNOVNIH NAČELA PROUČAVANJA PONAŠANJA POTROŠAČA .....                             | 6  |
| 1.2. NIVOI ANGAŽOVANOSTI POTROŠAČA U KUPOVINI .....                                        | 7  |
| 1.3. TIPOVI PONAŠANJA POTROŠAČA U KUPOVINI .....                                           | 10 |
| 1.4. ULOGE U PROCESU KUPOVINE .....                                                        | 11 |
| 1.5. PROCES ODLUČIVANJA O KUPOVINI .....                                                   | 12 |
| 1.6. OCJENA ALTERNATIVA .....                                                              | 13 |
| 1.7. KUPOVINA .....                                                                        | 14 |
| 2. OBLICI SEGMENTACIJE TRŽIŠTA .....                                                       | 14 |
| 3. RELEVANTNE GRUPE .....                                                                  | 17 |
| 3.1. PORODICA .....                                                                        | 18 |
| 3.2. KONCEPT ŽIVOTNOG CIKLUSA PORODICE .....                                               | 20 |
| 4. ŽENE POTROŠAČI .....                                                                    | 23 |
| 4.1. SEGMENTACIJA TRŽIŠTA ŽENA POTROŠAČA .....                                             | 23 |
| 4.2. DEMOGRAFSKI FAKTORI .....                                                             | 24 |
| 4.3. OSNOVNE RAZLIKE IZMEĐU ŽENA I MUŠKARACA POTROŠAČA .....                               | 25 |
| 4.4. MODELSKO OBJAŠNJENJE RAZLIKA MEĐU POLOVIMA .....                                      | 27 |
| 4.5. DINAMIKA DONOŠENJA ODLUKA MUŽA I ŽENE .....                                           | 28 |
| 4.6. KLJUČNI ELEMENTI MARKETINGA PREMA ŽENAMA POTROŠAČIMA .....                            | 28 |
| 4.6.1. Žene kupuju više .....                                                              | 30 |
| 4.6.2. Proizvodi za uljepšavanje .....                                                     | 31 |
| 4.6.3. Protivrječnost potrošnje .....                                                      | 31 |
| 4.6.4. Oglašavanje .....                                                                   | 32 |
| 4.6.5. Šta žene žele .....                                                                 | 32 |
| 5. DJECA POTROŠAČI .....                                                                   | 33 |
| 5.1. KARAKTERISTIKE DJECE POTROŠAČA .....                                                  | 34 |
| 5.2. TRŽIŠTE DJECE POTROŠAČA .....                                                         | 35 |
| 5.3. PROCES POTROŠAČKE SOCIJALIZACIJE .....                                                | 36 |
| 5.4. DJECA: MALI -VELIKI POTROŠAČI .....                                                   | 39 |
| 6. AKCIJE NA TRŽIŠTE DJECE .....                                                           | 41 |
| 6.1. IGRAONICA .....                                                                       | 41 |
| 6.2. KLOVN .....                                                                           | 42 |
| 6.3. NON – STOP DJEČJI VRTIĆ .....                                                         | 42 |
| 6.4. BABY SITTER AGENCIJA .....                                                            | 43 |
| 7. METODOLOGIJA ISTRAŽIVANJA PONAŠANJA DJECE – SLUČAJ IZ<br>PRAKSE –AUTORSKA ANALIZA ..... | 43 |
| 7.1. ANALIZA SLUČAJA: ISTRAŽIVANJE SPROVEDENO NA DJEČJEM TRŽIŠTU U SRBIJI .....            | 45 |
| ZAKLJUČAK .....                                                                            | 50 |
| LITERATURA: .....                                                                          | 52 |