

PRVI DIO	5
I. PRISTUP ISPITIVANJA PONAŠANJA POTROŠAČA	7
1.1. Ciljevi ispitivanja ponašanja potrošača	7
2. SOCIJALNA PSIHOLOGIJA LIČNOSTI	10
2.1. Savremene teorije ličnosti.....	11
2.2. Naučni rezultati istraživanja problema ličnosti	17
3. STRUKTURA, DINAMIKA I RAZVOJ LIČNOSTI.....	24
3.1. Struktura ličnosti.....	24
3.2. Dinamika ličnosti	26
3.3. Razvoj ličnosti	27
OKVIRNA PITANJA ZA PRIPREMU MARKETING PSIHOLOGIJE;	29
DRUGI DIO	31
II. OSNOVNE PSIHIČKE FUNKCIJE LIČNOSTI	31
1. Kognitivne psihičke funkcije.....	32
1.3. MIŠLJENJE	45
1.4. INTELIGENCIJA	47
2. KONATIVNE PSIHIČKE FUNKCIJE.....	47
2.2. Osjećanja	48
2.3. VOLJA	49
3. EMOCIONALNE PSIHIČKE FUNKCIJE.....	49
3.2. Specifičnosti procesa emocionalne inteligencije.....	50
4. EERGETSKE PSIHIČKE FUNKCIJE	52
DRUGI DIO	54
TREĆI DIO	55
1. STAVOVI KOD LJUDI	57
1.1. Pojam i priroda socijalnih stavova.....	57
1.2. Djelovanje i funkcije ljudskih stavova	59
1.3. Formiranje stavova kod ljudi	59
1.4. Istraživanje i ispitivanje stavova	60
1.5. Mijenjanje stavova pojedinaca u skladu sa grupom.....	61
1.6. Povezanost uvjerenja i stavova ljudi sa ponašanjem.....	61
1.7. Povezanost stava i ponašanja	62
1.8. Specifični faktori koji utiču na formiranje, učvršćivanja i mijenjanja stavova	63
1.9. Održavanje stavova i otpor prema njihovom mijenjanju.....	64
2. PREDRASUDE	64
2.1. Pojam i karakteristike predrasuda,.....	64
2.2. Teorija o ljudskim predrasudama,	65
3. MOTIVI I MOTIVACIJA	66
3.1. Značaj motiva i motivacije u procesu ponašanja i odlučivanja ljudi,	66
4. PONAŠANJE POTROŠAČA	70
OKVIRNA PITANJA ZA PRIPREMU MARKETING PSIHOLOGIJE;	84
LITERATURA.....	85