

SADRŽAJ

Prvi deo

Pristup ispitivanju ponašanja potrošača.....	19
1. Ciljevi ispitivanja ponašanja potrošača.....	19
2. Socijalna psihologija ličnosti	26
2.1. Savremene teorije ličnosti	28
2.1.1. <i>Filosofske pretpostavke problema ličnosti</i>	28
2.1.1.1. Hegelov filozofski idealizam o problemu ličnosti	29
Hegelov filozofski kategorijalni sistem	29
Ljudski rad	31
Samosvest i sloboda.....	32
2.1.1.2. Štirnerov filozofski individualizam o problemu ličnosti.....	33
2.1.1.3. Marx-osove antropološko-filozofske pretpostavke o ličnosti .	34
Ljudska priroda	35
Odnos individue i društva	36
Teorija otuđenja.....	37
Shvatanje otuđenja sa stanovišta filozofske antropologije.....	38
Sociološko-ekonomska analiza fenomena otuđenosti	38
Marksova koncepcija determinizma.....	40
Rad i sloboda.....	41
Vrednost	41
2.1.2. <i>Antropološko-filozofske pretpostavke problema ličnosti.....</i>	43
2.1.2.1. Filozofija egzistencije Hajdegera i Sartra.....	43
Problem egzistencije.....	44
Temporalitet i transcedencija.....	45
Determinizam i sloboda	45
Personalna (lična) egzistencija	47
2.1.2.2. Personalistička filozofija Šelera, Šterna, Berđajeva i Munije	47
Mesto čoveka u kosmosu	48
Suština ličnosti i njeno ostvarenje u procesu ersonalizacije.....	50
Determinisanje individua.....	53
Ličnost i vrednosti.....	55
Odnos ličnosti i društva.....	56

2.1.2.3. Zaključne filozofsko-antropološke pretpostavke teorija ličnosti	58
2.1.2.3.1. Filozofske pretpostavke	59
Pitanje o suštini čoveka	59
Pitanje o načinu postojanja čoveka	60
Pitanje o načinu realizacije ljudske egzistencije	61
Problem determinizma i mesta čovekove slobode	61
Etičko-vrednosni aspekt koncepcije o čoveku	62
2.1.2.3.2. Antropološke dimenzije ličnosti	62
Problem definisanja ličnosti	63
Potrošač kao ličnost	66
Preduzetnik kao ličnost	67
Marketing menadžer kao ličnost	69
Marketolog kao ličnost	70
Zaključci o ličnostima u uslovima tržišne ekonomiji	74

2.2. Naučni rezultati istraživanja ličnosti..... 75

2.2.1. Autorski rezultati istraživanja ličnosti	79
2.2.1.1. Frojdova psihoanalitička teorija ličnosti	79
Frojdova psihoanalitička teorija strukture ličnosti	81
Frojdova psihoanalitička teorija instinkata u dinamici ličnosti	84
Frojdova psihoanalitička teorija napetosti u razvoju ličnosti	85
Frojдове postavke o nesvesnim mehanizmima odbrane	87
2.2.1.2. Olportova humanistička psihološka teorija ličnosti	88
2.2.1.3. Adlerova sociološka teorija ličnosti	91
2.2.1.4. Fromm-ova kulturološko-psihološka teorija ličnosti	93
2.2.1.5. Levin-Marfi-Andel-ova teorija osobnosti ličnosti	100
2.2.1.6. Pavlovljeva teorija učenja i uslovljavanje	104
2.2.1.7. Jungova teorija ličnosti	109
2.2.1.8. Neoforjdijanska teorija ličnosti	110
2.2.1.9. Olport-Katelova teorija osobina ličnosti	111
2.2.1.10. Teorija karakteristika ličnosti	112
2.2.1.11. Srpske teorije ličnosti	112
Etnopsihološka teorija Jovana Cvijića	112
Karakterologija Jugoslovena Vladimira Dvornikovića	114
Filosofija Branislava Petronijevića	116
Svetosavlje Nikolaja Velimorovića	118
Književna sociološko-psihološka antropološka karakterologija Ive Andrića	120

2.3. Etičko-moralne norme, vrednosti, vrednosne orijentacije, motivi, motivacija i kulturno-civilizacijska pitanja čovekove ličnosti..... 121

2.4. Testovi ličnosti..... 123

2.4.1. MMPI test – Minesota multifazni inventar ličnosti	124
--	-----

2.4.2. TAT test – Test tematske apercepcije	124
2.4.3. Roršahov test	125
3. Struktura, dinamika i razvoj ličnosti	127
3.1. Struktura ličnosti	127
3.1.1. Ličnost kao organizacija osobina	130
3.1.2. Faktorska analiza ličnosti	131
3.1.3. Temperament i osobine temperamenta	133
3.1.4. Karakterne crte strukture ličnosti	136
Gilfordove osobine ljudskog karaktera	137
Šopenhauerove osobine ljudskog karaktera	137
3.1.5. Sposobnosti kao osobine ličnosti	139
3.1.6. Telesne karakteristike kao osobine ličnosti	142
3.2. Dinamika ličnosti	143
3.2.1. Motivi i motivacija	143
3.2.2. Teorija o ljudskim potrebama u odnosu na teoriju sistema	145
3.2.3. Opšta teorija ljudskih potreba	151
3.3. Razvoj ličnosti	153
3.3.1. Fiziološki faktori razvoja ličnosti	153
3.3.2. Socijalizacija i činioci socijalizacije ličnosti	155
3.3.3. Konflikti u motivacijskom kompleksu ličnosti	161

Drugi deo

Psihičke funkcije	163
1. Kognitivne psihičke funkcije	164
1.1. Pamćenje	169
1.1.1. Proces učenja i upamćivanje	173
1.1.1.1. Učenje potrošača	173
Klasično uslovljavanje	174
Operantno uslovljavanje	176
Kognitivno razumevanje	177
1.1.1.2. Postupci učenja	182
1.1.2. Proces oživljavanja upamćenog	183
1.1.2.1. Kratkotrajno i dugotrajno pamćenje	185
1.1.2.2. Biološke osnove pamćenja	189
1.1.3. Zaboravljanje i poremećaji pamćenja	189

1.2. Opažanje - percepcija	191
1.2.1. Čula opažanja i izloženosti uticajima	195
1.2.1.1. Oblici percepcije i zakoni organizovanja opažanja	196
Opažanje dubine.....	196
Opažanje vremena	196
Opažanje drugih ljudi.....	197
Perceptivna akcentuacija	197
Perceptivna odbrana.....	198
Perceptivni set	198
Perceptivno polje	198
Perceptivno učenje	199
1.2.1.2. Čula opažanja i izlaganje potrošača spoljnim uticajima	199
Selektivno izlaganje potrošača	199
Selektivna pažnja potrošača.....	199
1.2.1.3. Čula opažanja i razvijanje pažnje potrošača	201
1.2.2. Opažanje prostora i pojava i razumevanje sadržaja.....	204
<i>marketing i promotivnih poruka</i>	204
1.2.2.1. Opažanje prostora i pojava	204
1.2.2.2. Principi razumevanja poruke	205
1.2.2.3. Gešalt faktori koji utiču na proces razumevanja	206
1.2.2.4. Stimulansi koji pojačavaju pamćenje	207
1.2.2.5. Gešalt - fenomen	209
1.2.2.6. Gešalt - iluzija.....	211
1.2.2.7. Gešalt - kvaliteta	212
1.2.3. Opažanje i osećanje.....	213
1.3. Mišljenje	214
1.3.1. <i>Procesi logičkog mišljenja</i>	217
1.3.2. <i>Primitivno ili konkretno mišljenje</i>	218
1.3.3. <i>Oblici mišljenja</i>	219
1.3.4. <i>Misao i operacije mišljenja</i>	221
1.3.5. <i>Spontano Smišljenje – asocijacije</i>	223
1.3.6. <i>Simbolički misliti i govoriti</i>	225
1.4. Inteligencija	229
1.4.1. <i>Objašnjenje kategorijalnog sistema u vezi s inteligencijom</i>	229
1.4.2. <i>Objašnjenje pojma inteligencija</i>	230
1.4.3. <i>Sastav i poreklo inteligencije</i>	231
1.4.4. <i>Količnik inteligencije i sposobnost rešavanja zadataka</i>	233
2. Konativne psihičke funkcije	236

2.1. Nagon, volja i intencija	236
1.2.1. Nagon.....	236
2.1.2. Volja	237
2.1.3. Intencija.....	238
2.1.4. Konativna persuazacija.....	239
2.2. Nagoni i motivacija	239
2.2.1. Determinisanje pojmova.....	239
2.2.1.1. Potreba.....	240
2.2.1.2. Motiv.....	240
2.2.1.3. Instinkt.....	241
2.2.1.4. Ponašanje.....	241
2.2.2. Klasifikacija nagona.....	242
2.2.3. Konflikti i prepreke u motivaciji.....	243
2.2.3.1. Konflikti.....	244
2.2.3.2. Barijere.....	245
2.2.3.3. Frustracije.....	246
2.2.4. Psihopatologija nagona.....	247
2.3. Osećanja	249
2.3.1. Definisane osećanja (emocija).....	249
2.3.2. Raspoloženja i osećanja.....	250
2.3.3. Otkrivanje emocija.....	251
2.3.4. Psihopatogene emocije.....	251
2.3.4.1. Strah kao oblik arhajske emocije.....	252
2.3.4.2. Agresija kao oblik negativne emocije.....	254
2.3.4.3. Oblici kvantitativnih poremećaja emocije.....	254
2.3.5. Ljubav kao oblik prijatne emocije.....	254
2.4. Volja	256
2.4.1. Problemi kod definisanje volje.....	256
2.4.2. Poreklo i priroda volje.....	258
2.4.3. Poremećena (psihopatologija) volja.....	261
3. Emocionalne psihičke funkcije	264
3.1. Karakteristike emocionalnih psihičkih procesa	264
3.2. Specifičnosti procesa emocionalne inteligencije	267
4. Energetske psihičke funkcije	272

4.1. Svesno i nesvesno	272
4.1.1. Budnost-svest, svesnost i samosvest.....	272
4.1.2. Individualno i kolektivno nesvesno.....	274
4.1.3. Kvalitativni poremećaji svesti.....	276
4.2. Pažnja.....	277
4.2.1. Svest i pažnja.....	277
4.2.2. Vrste i svojstva pažnje.....	278
4.2.3. Psihopatologija pažnje.....	278
5. Duhovne psihičke funkcije	280
5.1. Definisane duhovne inteligencije.....	280
5.1.1. Definisane tri psihološka procesa	280
Greške zapadne judeo-hrišćanske psihologije.....	280
Jastvo	281
5.1.2. Psihološko determinisanje smisla života.....	282
Smisao života	282
Križa smisla života.....	283
5.1.3. Argumenti o postojanju duhovne inteligencije	285
Naučni dokazi	285
Dokazi iskustva.....	286
5.1.4. Testiranje i primena duhovne inteligencije.....	287
Primena SQ.....	287
Testiranje SQ.....	288
Unapređenje duhovne inteligencije.....	288
Uloga nauke	290
5.2. Naučna osnova duhovne inteligencije	292
5.2.1. Tri vrste mišljenja	292
5.2.2. Teorija duhovne inteligencije	294
Poreklo svesnog Uma (svesti).....	294
Kvantna dimezija mozga.....	295
5.3. Iskustvo duhovne inteligencije	297
5.3.1. Problem istine, etika i morala.....	297
5.3.2. Načini poboljšavanja duhovne inteligencije	299
Izvori duhovne inteligencije.....	299
Holandova klasifikacija ličnosti.....	303
Kombinovanja klasifikacija tipova ličnosti	305
Granica između svesnog i nesvesnog (motivacija).....	306

Tipovi duhovnog otuđenja i duhovne krize.....	307
5.3.3. Načela duhovne inteligencije	308

Treći deo

Faktori koji utiču na ponašanje ljudi.....	311
---	------------

1. Stavovi kod ljudi	312
-----------------------------------	------------

1.1. Pojam i priroda socijalnih stavova	312
--	------------

1.1.1. Definisanje pojma	313
--------------------------------	-----

1.1.2. Dimenzije ljudskih stavova	315
---	-----

1.1.2.1. Objašnjenja komponenti i funkcija stavova.....	315
---	-----

Psihogeno objašnjenje porekla stava	315
---	-----

ABC model objašnjenja stavova	316
-------------------------------------	-----

Pojmovi srodni pojmu stav	318
---------------------------------	-----

Vrste stavova.....	319
--------------------	-----

Funkcije stavova	320
------------------------	-----

Karakteristike stavova.....	321
-----------------------------	-----

Elementi stavova	322
------------------------	-----

1.1.2.2. Struktura stavova	323
----------------------------------	-----

1.1.2.2.1. Liberalnost - konzervativnost	324
--	-----

1.1.2.2.2. Religioznost - areligioznost.....	325
--	-----

1.1.2.2.3. Humanitarizam (osetljivost) – nehumanizam (neosetljivost)	325
--	-----

.....	325
-------	-----

1.1.2.2.4. Osnovne orijentacije kao izvorišta socijalnih stavova.....	326
---	-----

Antidemokratska orijentacija	326
------------------------------------	-----

Etnocentrizam	327
---------------------	-----

Politički konzervatizam.....	328
------------------------------	-----

Autoritarne ličnosti.....	329
---------------------------	-----

Ljubav prema moći želja da se stekne slava	332
--	-----

1.2. Delovanje i funkcija ljudskih stavova	332
---	------------

1.2.1. Opažanje mentalnih funkcija stavova	333
--	-----

1.2.2. Mentalna funkcija pamćenja stavova	333
---	-----

1.2.3. Reagovanje na stavove.....	334
-----------------------------------	-----

1.3. Formiranje stavova kod ljudi	335
--	------------

1.3.1. Uticaj informiranosti i znanja na stavove pojedinaca	337
---	-----

1.3.1.1. Ograničenost znanja individuee.....	338
--	-----

1.3.1.2. Delovanje autoriteta	339
-------------------------------------	-----

1.3.1.3. Lični ciljevi, interesi i motivi	339
---	-----

1.3.2. Uticaj aktuelne motivacije na stavove pojedinaca	340
---	-----

1.3.3. Uticaj trajnih karakteristika ličnosti na stavove	341
1.4. Istraživanje i ispitivanje stavova	341
1.5. Menjanje stavova pojedinaca u skladu sa grupom	343
1.5.1. Zavisnost od karakteristika stavova	343
1.5.2. Zavisnost od karakteristike i motiva ličnosti	344
1.5.3. Zavisnost pojedinaca od referentne grupe	345
1.6. Povezanost uverenja i stavova ljudi sa ponašanjem	345
1.6.1. Hajderova teorija balansa (ravnoteže)	345
1.6.2. Festingerova teorija kognitivne disonancije	347
1.6.3. Katz-Stoutlandova funkcionalna teorija	349
1.6.4. Rosenbergova teorija očekivane vrednosti	352
1.6.5. Fischbeinov mnogostrukti model	352
1.7. Povezanost stava i ponašanja	353
1.8. Faktori koji utiču na formiranje, učvršćivanje i menjanja stavova	361
1.8.1. Specifični faktori u vezi sa referentnom grupom	361
1.8.2. Specifični faktori u vezi sa komunikacijskom situacijom	363
1.8.3. Specifični faktori u vezi sa sadržajem komunikacije	364
1.8.3.1. Ocena važnosti stavova za lične ciljeve	364
1.8.3.2. Step en promena za koji se zalaže	365
1.8.3.3. Postupak izazivanja emocije straha	365
1.8.3.4. Specifični faktori u vezi sa organizacijom komunikacije	366
1.8.3.5. Tehnika rasporeda argumenata	367
1.8.3.6. Izvođenje ili neizvođenje zaključaka	369
1.8.3.7. Specifični faktori u vezi sa karakteristikama komunikatora	369
Poverenje u komunikatora	369
Privlačnost i status komunikatora	370
1.8.3.8. Uticaj masovnih sredstava komunikacije	371
Mišljenja o efektu sredstava komunikacije	371
Način delovanja	372
Delovanje pojedinih vrsta sredstava komunikacije	372
1.8.3.9. Suština, principi i tehnika persuazivne komunikacije	373
1.9. Održavanje stavova i otpori prema menjanju	375
1.9.1. Faktori koji doprinose otpornosti prema menjanju stavova	375
1.9.2. Načini sticanja otpornosti na promenu stavova	376

1.9.2.1. Povezivanje s izvorima koje cenimo ili sa referentnom grupom	377
1.9.2.2. Mekgvajerova inokulaciona teorija o namernom stvaranju otpornosti	378
1.9.2.3. Ozgud-Tanenbaumova teorija kongruencije o menjanju stavova	379
2. Predrasude kod ljudi	381
2.1. Pojam i karakteristike predrasuda	381
2.1.1. Nacionalizam i šovinizam	383
2.1.1.1. Psihološki sadržaj nacionalizma	384
2.1.1.2. Oblici nacionalne vezanosti	385
2.1.1.3. Šovinizam	387
2.1.2. Uslovi javljanja i širenja nacionalizma kao predrasuda	388
2.1.3. Izvori snage nacionalne vezanosti	389
2.2. Etičke stereotipije	390
2.2.1. Ispitivanje etičkih stereotipija	392
2.2.2. Peristencija i menjanje stereotipije	394
2.3. Teorije o ljudskim predrasudama	394
2.3.1. Teorija opravdane reputacije	394
2.3.2. Fenomenološke teorije	395
2.3.3. Psihodinamičke teorije	396
2.3.4. Situacione teorije	397
2.3.5. Kulturološke teorije	397
2.3.6. Društveno-istorijske teorije	398
2.4. Dvostruka funkcionalnost predrasuda	399
2.5. Proces uklanjanja predrasuda kod ljudi	400
3. Motivi i motivacija	402
3.1. Značaj motiva i motivacije u procesu ponašanja potrošača i odlučivanja o kupovini	402
3.1.1. Determinisanje motiva koji utiču na odlučivanje	402
3.1.2. Determinisanje motivacije koja utiče na ponašanje potrošača	406
3.2. Autorske teorije o motivima i motivacijama	412

3.2.1. Maslovljeva teorija hijerarhije motiva	412
3.2.2. Alderferova trofaktorska teorija motiva	414
3.2.3. Mekguarova teorija motivacije	415
3.3. Motivacione teorije očekivanja.....	415
3.3.1. Herbergerova dvofaktorska teorija motivacije	415
3.3.2. Mekslelandova teorija naučenih potreba	416
3.4. Teorije sa srednjim dometom.....	416
3.5. Odnos između potreba i motiva potrošača.....	416
3.5.1. Vrste i klasifikacija potrebe potrošača.....	416
3.5.2. Međuzavisnost potreba – želja – problema – zahteva – očekivanja – konflikata i motiva.....	418
3.5.2.1. Odnos između potreba i želja	419
Potrebe	420
Želje.....	421
Uloga marketinga u podmiranju potreba i uklanjanju želja.....	423
3.5.2.2. Odnos između potreba i problema potrošača.....	424
3.5.2.3. Odnos između potreba i zahteva potrošača	425
3.5.2.4. Odnos između potreba i očekivanja potrošača.....	426
3.5.2.3. Satisfakcija potrošača	427
3.6. Pristupi, orijentacije, metodi i tehnike motivacionih istraživanja	434
3.6.1. Metode intervjuisanja i anketiranja.....	436
3.6.1.1. Metode opservacija i zaključivanja	437
3.6.1.2. Grupni strukturirani intervju ili anketa.....	438
3.6.1.3. Dubinski nestrukturirani intervju.....	439
3.6.1.4. Test-baterija	440
3.6.1.5. Psihografska istraživanja	441
3.6.2. Metode i vrste psiholoških testiranja	443
3.6.2.1. Test antonima	443
3.6.2.2. Test asocijacija reči.....	444
3.6.2.3. Test informisanosti.....	444
3.6.2.4. Test višestrukog izbora	444
3.6.3. Skale intenziteta	444
3.7. Ispitivanje javnog mnjenja.....	445
4. Ponašanje (akcija) potrošača	447
4.1. Ponašanje potrošača.....	447

4.1.1. Uvrđivanje profila potrošača	448
4.1.2. Oblici ponašanja potrošača.....	450
4.2. Opšta klasifikacija građana kao potrošača.....	452
4.3. Determinisanje faktora koji utiču na ponašanje.....	455
4.3.1. Opšti faktori koji utiču na ponašanje potrošača i	455
Preduzeća na tržištu	455
4.3.2. Analitički faktori koji utiču na ponašanje potrošača	458
4.4. Oblici ponašanja potrošača u procesu	461
Odlučivanja o kupovini.....	461
4.4.1. Uobičajeno ponašanje potrošača ili odlučivanje iz navike.....	461
4.4.2. Rutinsko (neangažovano) ponašanje potrošača u	468
Procesu odlučivanja o kupovini.....	468
4.4.3. Afektivno ponašanje potrošača.....	470
4.4.4. Neplanirane kupovine	471
Literatura	475