

УНИВЕРЗИТЕТ У НОВОМ САДУ  
ПРИРОДНО-МАТЕМАТИЧКИ ФАКУЛТЕТ

ИЗВЕШТАЈ О ОЦЕНИ МАСТЕР РАДА

|   |
|---|
| <b>I ПОДАЦИ О КОМИСИЈИ</b>  |
| <b>1. Датум и орган који је именовео Комисију:</b><br>15.10.2010., Веће Департмана за математику и информатику Природно-математичког факултета Универзитета у Новом Саду  |
| <b>2. Састав Комисије са назнаком имена и презимена сваког члана, звања:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• академик др Олга Хацић, редовни професор Природно-математичког факултета у Новом Саду - председник</li><li>• академик др Ендре Пап, редовни професор Природно-математичког факултета у Новом Саду - ментор</li><li>• др Арпад Такачи, редовни професор Природно-математичког факултета у Новом Саду - члан</li></ul>   |
| <b>II ПОДАЦИ О КАНДИДАТУ</b>  |
| <b>1. Име, име једног родитеља, презиме:</b><br>Вања (Зоран) Илић   |
| <b>2. Датум рођења, општина, република:</b><br>16.02.1986., Сарајево, БиХ   |
| <b>3. Година уписа на мастер студије, смер/усмерење:</b><br>2009., Дипломирани математичар – примењена математика - <b>мастер</b>   |
| <b>III НАСЛОВ МАСТЕР РАДА</b>   |
| Модел понашања потрошача  |
| <b>IV ПРЕГЛЕД МАСТЕР РАДА</b>   |
| Рад је написан на 59 страна. Састоји се од 9 поглавља., има 4 табеле и 4 слике.<br>Поглавља: 1. Понашање потрошача, 2. Одређивање оквира за моделе понашања потрошача, 3. Таксономија модела понашања потрошача, 4. Потребан подстицај, 5. Потрага за информацијама, 6. Оцењивање, 7. Куповина, 8. Ставови и понашање после куповине, 9. Комбиновање модела ради решавања менаџерских проблема  |
| <b>V ВРЕДНОВАЊЕ ПОЈЕДИНИХ ДЕЛОВА МАСТЕР РАДА</b>  |
| Рад је могуће поделити у три главне целине. У првом делу је објашњено који фактори и како могу утицати на понашање потрошача, затим се уводи оквир за моделе понашања, а процес доношења одлуке о куповини подељен је у неколико фаза: потребан подстицај, потрага за информацијама, оцењивање, куповина и ставови и понашање након куповине. У другом делу посматрано је понашање појединца у свакој фази и наведени су одговарајући модели за сваку од датих фаза. У трећој целини приказано је како се могу комбиновати модели из различитих фаза како би се решили проблеми менаџмента. |

## VI ЗАКЉУЧЦИ ОДНОСНО РЕЗУЛТАТИ ИСТРАЖИВАЊА

У овом раду се кроз неколико фаза (потребан подстицај, потрага за информацијама, оцењивање, куповина и ставови и понашање након куповине) посматра се процес доношења одлуке о куповини одређеног производа. За сваку фазу наведен је одговарајући модел, а на крају је приказано како се комбиновањем датих модела могу решити стварни проблеми менаџмента.

## VII КОНАЧНА ОЦЕНА МАСТЕР РАД

### 1. Да ли је теза урађена у складу са образложењем наведеним у пријави теме

Рад је урађен у складу са образложењем наведеним у пријави.

### 2. Да ли теза садржи све битне елементе

Рад садржи све елементе научног рада.

### 3. По чему је теза оригиналан допринос науци

На основу научне литературе су идентификовани основни фактори који утичу на понашање потрошача, те је процес доношења одлуке о куповини разбијен на основне фазе, те описује понашање потрошача у свакој фази, што је искоришћено у решавању сложених проблема менаџмента.

### 4. Недостаци тезе и њихов утицај на резултат истраживања

Рад нема недостатака.

## VIII ПРЕДЛОГ

На основу укупне оцене, Комисија предлаже да се мастер рад прихвати, а кандидаткињи Вањи Илић одобри одбрана.

Нови Сад, 02. 11. 2010.

## ПОТПИСИ ЧЛАНОВА КОМИСИЈЕ

  
академик др Олга Хаџић, ред. проф.

  
академик др Ендре Пап, ред. проф.

  
др Арпад Такачи, ред. проф.