

1.KRATKO OPIŠITE KAJ JE PREDMET PSIHOLOGIJE?

Psihologija proučuje človeka kot takšnega in v vseh pogledih. V najširšem smislu se psihologija ukvarja s človekovo **OSEBNOSTJO**, **DUŠEVNOSTJO** in **VEDENJEM**. Njihovo medsebojno razmerje izgleda tako, da je osebnost produkt človekovega vedenja in njegove duševnosti.

DUŠEVNOST X VEDENJE = OSEBNOST

2.KAKŠNA JE VLOGA WUNDTA V PSIHOLOGIJI?

Wundt je leta 1879 ustanovil svoj znanstveno psihološki laboratorij. Ta letnica velja kot začetek **ZNANSTVENE PSIHOLOGIJE**, Wundt pa je priznan kot oče **MODERNE ZNANSTVENE PSIHOLOGIJE**. Izhajal je iz naravoslovja in verjel, da bi lahko z **INTROSPEKCIJO** (vpogled vase) odkrili zidake ter procese duševnosti. Kot glavno metodo je poudarjal znanstveni eksperiment na podlagi analize. Njegov pristop imenujemo **ELEMENTARISTIČEN** – človeka vidi kot skupek sestavljen iz posameznih elementov.

3.KAKŠNA JE VLOGA FREUDA IN PSIHOANALIZE V PSIHOLOGIJI?

Freud je s svojim delom veliko pripomogel k razvoju psihologije. Njegovo ime je danes pogosto sopomenka za **PSIHOLOGIJO**, **PSIHOTERAPIJO** ali **PSIHOANALIZO**. Njegov največji prispevek znanosti je, da je začel govoriti o človekovi **PODZAVESTI** oz. **NEZAVEDNEM**.

Človekovo osebnost je primerjal z ledeno goro. Manjši del gore, ki je nad morsko gladino je **ZAVEST** – človeka kot bitje vodi njegovo mišljenje oz. razum. Večji del gore, ki je pod morsko gladino pa je **PODZAVEST**- impulzi, ki so lahko popolnoma nasprotni razumu. Človeka ne vodi samo razum, ampak tudi impulzi iz njegove podzavesti, ki so lahko popolnoma nasprotni razumu.

4.KAJ JE V PSIHOLOGIJO PRINESLA SMER BEHAVIORIZMA?

Smer behaviorizma uvaaja v psihologijo pojem **EKSTRASPEKCIJE**(opazovanje človekovega vedenja).Zagovarja objektivno metodo in kar je mogoče opazovati navzven.Gre za opazovanje odnosa **DRAŽLJAJ – REAKCIJA**.Behavioriste zanima tisto kar »daš« človeku in tisto, kar potem »dobiš« ven. Kaj se vmes dogaja v človeku jih ne zanima.

DRAŽLJAJ-----**ČLOVEK**-----**REAKCIJA**
(pozdrav) (notranjost- ne zanima) (nasmeh in odzdrav)

*Njen utemeljitelj je Watson;predvsem ZDA;pojavl se kot odgovor na psihoanalizo(Freud) in Introspekcijo(Wundt;pogled vase) – jo zavrača.

5.KAJ JE V PSIHOLOGIJO PRINESLA HUMANISTIČNA SMER?

Humanistična smer poudarja, da se človek pomembno razlikuje od živali zaradi svojih prizadevanj pri oblikovanju svojega življenja. Človek presega prirojene nagone in učenje s **SAMODEJAVNOSTJO**, s svojo zavestno voljo, da napravi nekaj iz sebe. Cilj razvoja osebnosti je **OSEBNOSTNA RAST** in **SAMOAKTUALIZACIJA**.

*Eden izmed začetnikov A. Maslow; razvoj v ZDA kot odgovor na behaviorizem in tudi psihoanalizo.

6.KAJ JE OSEBNOST?

Osebnost je celota **DUŠEVNIH**, **VEDENJSKIH** in **TELESNIH ZNAČILNOSTI**, po katerih se posameznik razlikuje od drugih.

7.NARIŠITE IN KRATKO OPIŠITE OSNOVNO SHEMO TER SESTAVINE OSEBNOSTI!

DUŠEVNOST X VEDENJE = OSEBNOST

Osebnost je produkt človekovega vedenja in njegove duševnosti.

Sestavine osebnosti:

*sposobnosti

*temperament

*značaj

*telesna zgradba

*interesi, stališča, vrednote

8.KAJ SO SPOSOBNOSTI IN KAKO JIH DELIMO?

Sposobnosti so pomembne sestavine osebnosti, saj soodločajo in pomembno vplivajo na posameznikovo življenjsko, poklicno in izobrazbeno uspešnost.

Delimo jih na:

***ČUTNO ZAZNAVNE SPOSOBNOSTI** (opirajo se na naša čutila...)

***GIBALNE ali MOTORIČNE S.** (omogočajo učinkovito rabo rok, nog ali celotnega telesa...)

***INTELEKTUALNE ali VIŠJE SPOZNAVNE S.** (umske ali mentalne...)

9.KAJ JE INTELIGENTNOST IN KAKO SE KAŽE?

Inteligentnost ali nekakšna naravna bistrost. Gre za splošno umsko sposobnost dojemanja in učenja, smotrnega razmišljanja in delovanja.

Kaže se v:

*splošna sposobnost razumevanja, učenja in miselnega presojanja

*sposobnost reševanja problemov in zahtevnejših nalog

*iznajdljivost v različnih okoliščinah

*sposobnost razumnega in smotrnega delovanja

10. KAJ JE TEMPERAMENT IN KATERI SO TEMPERAMENTNI TIPI?

Temperament se opredeli kot lastnost, ki se kaže v **HITROSTI** in **GLOBINI ČUSTVENEGA REAGIRANJA** na dogajanje okoli nas. Ga podedujemo.

Delimo ga na 4 tipe:

- ***KOLERIK** (hitre, močne in ostre reakcije...)
- ***FLEGMATIK** (počasno, šibko in mirno reagiranje...)
- ***SANGVINIK** (odziva se hitro in živahno, vendar šibko in površno...)
- ***MELANHOLIK** (reagira čustveno počasi, vendar močno...)

11. KAJ JE ZNAČAJ IN KJE SE KAŽE?

Značaj ali karakter združuje vse tiste osebnostne lastnosti, ki jih vrednotimo z moralnega stališča kot dobre ali slabe. Je pridobljen oz. privzgojen.

Kaže se v dobrih ali slabih izkušnjah, ki jih pridobimo in izražamo v odnosu do:

- ***SOČLOVEKA** : poštenost/nepoštenost, iskrenost/neiskrenost...
- ***DELA** : pridnost/lenoba, natančnost/površnost...
- ***OŽJE IN ŠIRŠE SKUPNOSTI** : pripadnost podjetju, domoljubje...
- ***SAMEGA SEBE** : skromnost/domišljavost, zaupanje vase...
- ***VREDNOT** : uspeh, sreča...

12. KATERE DUŠEVNE PROCESSE POZNAMO?

Med temeljne duševne procese uvrščamo:

- *SPOZNAVNI PROCESI
- *ČUSTVOVANJE
- *MOTIVACIJA

13. KAJ SO SPOZNAVNI PROCESI IN KATERE POZNAMO?

Spoznavni procesi nam omogočajo spoznavanje stvarnosti, razmišljanje o njej ter učenje in njeno doživljanje.

Poznamo 4 spoznavne procese, ki se med seboj prepletajo in dopolnjujejo:

- *ZAZNAVANJE
- *MIŠLJENJE
- *UČENJE
- *SPOMIN

14. KAJ JE ZAZNAVANJE IN KAKO POTEKA PROCES ZAZNAVANJA?

Zaznavanje je proces, kjer človek zazna dražljaje iz okolja in jih ustrezno uvrsti.

ZUNANJI SVET-----ČUTILA-----V MOŽGANIH
dražljaji prevajanje občutki, zaznave, predstave

Dražljaje sprejme človeško telo preko čutil iz zunanjega sveta pa tudi iz našega telesa. Ti dražljaji sprožajo v čutilih vzbujenje, ki se po živčnih vlaknih prevaja v možgane. V možganih šele dejansko nastanejo zaznave dražljajev, ki so prišli v naša čutila.

15. KAJ JE SPOMIN IN KAKO POTEKA PROCES POMNENJA IN UČENJA?

Spomin je proces, ki nam omogoča, da ohranimo zaznave v obliki bolj ali manj jasnih predstav. Učenje je namerno pridobivanje novega znanja.

Proces pomnenja in učenja:

Neko vsebino zaznamo in si jo, če se nam zdi pomembno, poskušamo zapomniti. Pri več ponovitvah pride do ohranitve v spominu. Ko želimo si to snov prikličemo v spomin, jo prepoznamo in obnovimo.

16. KAJ JE MIŠLJENJE IN KATERE MISELNE STRATEGIJE POZNAME?

Mišljenje velja za najvišjo stopnjo oz. obliko spoznavnih procesov.

Miselne strategije:

- * **UGOTAVLJANJE** : presojanje o situaciji, sporočilu
- * **ANALIZIRANJE** : razčlenjevanje nalog, dogodkov
- * **PRIMERJANJE** : med sabo primerjamo osebe, dogodke...
- * **OCENJEVANJE** : presojanje, razvrščanje oseb...
- * **SKLEPANJE** : zakaj se je nekaj zgodilo...

17. KAJ JE ČUSTVOVANJE IN KAKO DELIMO ČUSTVA?

Čustvovanje-čustva so nekakšna »barvna« komponenta našega življenja. Bogatijo in pestrijo naše življenje, nas med seboj povezujejo in ločujejo.

Delimo jih glede na:

***ZAPLETENOST:**

-**enostavna, preprosta čustva** : doživljamo jih vsak dan in nas spremljajo vse življenje (veselje, žalost...)

-**zapletena ali kompleksna čustva** : razvijejo se z razvojem

a) socialna : nastajajo v odnosih med ljudmi

b) estetska : doživljamo v stiku z lepoto

c) moralna : moralno vrednotenje dobrega in slabega

d) spoznavna : doživljamo jih ob umskem delu

***po OBLIKI:**

-**kratkotrajna, ne posebej močna čustva**

-**afekti** : kratkotrajna, močna čustva (bes, panika...)

-**razpoloženje** : dalj časa trajajoče, a razmeroma šibko čustveno stanje (dobra/slaba volja)

18.KAJ MOTIVIRA ČLOVEKA(PUSH-PULL SHEMA)?

POTREBE,NAGONI-----ČLOVEK-----CILJI,IDEALI
nas potiskajo nas privlačijo

Človeka potrebe in nagoni potiskajo v neko motivirano delovanje(push),cilji in ideali pa nas privlačijo(pull).

19.KAKO ZADOVOLJUJEMO POTREBE?

Ko se pojavi potreba se pojavi tudi želja,da se potrebo zadovolji.To človeka usmeri v neko akcijo ali gibanje,ki ima cilj v zadovoljitvi potrebe.Ko je cilj uresničen,se spet vse vrne v prvotno stanje,dokler se potreba spet ne pojavi in krog ponovi.

20.KAJ SO TEMELJNE BIOLOŠKE POTREBE IN KAKO SE LOČIJO OD OSTALIH POTREB?

Temeljne biološke potrebe so iste in značilne za vse ljudi,njihova zadovoljitev pa je nujna za človekovo preživetje.To so telesne ali organske potrebe(po hrani,pijači,kisiku...). Od ostalih potreb se ločijo po tem,da je njihovo zadovoljevanje nujno potrebno za človekov obstoj in obstoj vrste.

21.KRATKO OPIŠITE PSIHOLOŠKE ALI SOCIALNE POTREBE!

Psihološke ali socialne potrebe izhajajo iz **ČLOVEKOVEGA DUŠEVNEGA BISTVA** in **NJEGOVE SOCIALNE NARAVE**.Zadovoljitev teh potreb ni nujna za njegovo neposredno preživetje,ampak posredno,saj človek za svoj obstoj in veselje potrebuje notranje ravnotežje,ki ga nudi zadovoljevanje psiholoških potreb.

To so : potreba po varnosti, potreba po naklonjenosti,sprejetosti,ljubezni...

22.KAKO DELIMO ŽIVČNI SISTEM?

Živčni sistem delimo na:

*OSREDNJI ali CENTRALNI Ž.S. : možgani in hrbtenjača.

*PERIFERNI ali OBROBNi DEL Ž.S. : povezuje nas z okoljem.Prevaja živčne impulze iz čutilnih organov v možgane ter impulze iz možganov v mišice.

23.KATERI SO PSIHOLOŠKI DEJAVNIKI,KI VPLIVAJO NA NAKUP?

Potrošnik kupuje,ko se zave svojih potreb in želja in ko jih občuti do te stopnje,da bi za zadovoljitev »nekaj« naredil.Kupec vedno kupuje pod vplivom svojih:

-stališč

-zaznav,percepcije

-učenja.

24.KATERI SO SOCIOLOŠKI DEJAVNIKI,KI VPLIVAJO NA NAKUP?

Potrošnik je pri nakupih tudi pod vplivom **kulture** ter **družbe** oz. kulture družbe(tradicija,umetnost,navade...),ki ji pripada.Vpliv tradicije se kaže v odprtosti družbe do sprememb-bolj,ko je odprta lažje se uvaja novosti.Vpliv sorodnikov,prijateljev,znancev,znane javne osebe,organizacije,društva in skupine v katere je posameznik vključen...

25.KATERI SO EKONOMSKI DEJAVNIKI,KI VPLIVAJO NA NAKUP?

So tisti dejavniki,ki predstavljajo največji vpliv na nakup.K ekonomskim dejavnikom prištevamo:

dohodek kupca,**ceno** izdelka,**kakovost** izdelka,**ugled proizvajalca**,zunanj videz izdelka,**servisne storitve**,**blagovna znamka**,**garancija**...

26.KRATKO OPIŠITE FAZE POTEKA NAKUPA!

Večina nakupov poteka v 3 fazah:

***PREDNAKUPNA FAZA:** pri večjih nakupih,odločanje poteka počasi.Kupec zbira informacije o izdelkih pri različnih ponudnikih-na podlagi odločitve o najboljši ponudbi sledi nakup.

***NAKUPNA FAZA:** kupovanje blaga v tistih prodajalnah,kjer imajo blago,ki ustreza kupčevim željam in pričakovanjem.

***FAZA PO NAKUPU:** kupec doma preizkuša in ocenjuje kupljeno blago,ga primerja z drugimi izdelki... Včasih odkrije napake in se vrne v trgovino.To je lahko včasih tudi **kritična faza**.

27.KAKO POTEKA PRODAJNI RAZGOVOR IN NA KAJ MORAMO BITI POZORNI?

Poteka v 3.fazah:

***UVODNI POGOVOR:** ugotavljamo želje in navežemo stik s kupcem.Dobrodošlico izrazimo z prijaznim pozdravom in nasmehom.Pomembno je,da smo prijazni in na voljo,vendar diskretni in nevsiljivi.

***PRIKAZ BLAGA:** mora potekati postopno.Iz uvodnega pogovora razberemo osnovne kupčeve želje...(stran 27 v skripti)

***SKLEPNA FAZA:** ko kupcu odmerimo blago lahko z dodatno ponudbo povečamo prodajo.Ponudimo blago,ki se dopolnjuje z že izbranim blagom-pri tem ne smemo biti vsiljivi.Na koncu se za nakup kupcu zahvalimo in se od njega pozorno poslovimo-pridobivanje stalnih strank.

28.OPIŠITE POSAMEZNI PROFIL KUPCA IN KAKŠNO STRATEGIJO BI UPORABILI!

Različni profili so samozavesten in boječ kupec,odločen in omahljiv kupec, poučen in nepoučen kupec, jezen kupec, klepetulja, neotesanec, ošabnež, molčeč kupec, nezaupljiv...
(skripta stran 28/29/30!!!)

29.KAKŠEN JE PROFIL USPEŠNEGA PRODAJALCA?

Uspešnost prodajalca temelji na širokem poznavanju blaga in storitev,obvladovanju pravil komuniciranja in poznavanju svojega posla.Predvsem mora:

-**ZAUPATI VASE:** nastopati samozavestno,kar pri kupcu vzbuja zaupanje.

-**SIMPATIČNOST IN STROKOVNOST:** prodajalec naj bo simpatičen in nasmejan,prav tako pa mora dajati vtis,da pozna blago.

-**ODKRITOST IN POZORNOST:** kupcu se je potrebno posvetiti,ne sme se lagati glede izdelka-odkrita svetovati o prednostih in pomanjkljivostih izdelka.

-**MIRNOST IN RAZUMEVANJE:** s kupcem je potrebno pretehtati razne argumente za in proti,mu izraziti morebitne izkušnje drugih kupcev.

-**ISKANJE KUPČEVIH PRITRDITEV:** čimbolj natančno spoznati kupčeve želje,nato pa povzeti ugotovitve in jih posebej ponoviti tako,da kupec na vsako lahko le pritrdi.