

Критеријуми оцењивања за предмет психологија потрошача; смер: трговац

1.МОДУЛ : УВОД У ПСИХОЛОГИЈУ ПОТРОШАЧА

за оцену 5 ученик:

- Јасно и прецизно дефинише појам теоријских и примењених дисциплина психологије.
- Наводи најмање три примера теоријских дисциплина (нпр. општа психологија, когнитивна психологија, развојна психологија).
- Наводи најмање три примера примењених дисциплина (нпр. клиничка психологија, педагошка психологија, психологија рада).
- Тачно објашњава предмет изучавања сваке дисциплине.
- Дефинише психологију потрошача као дисциплину која проучава понашање потрошача у процесу доношења одлука о куповини.
- Логично и аргументовано објашњава зашто је психологија потрошача важна за бизнис и маркетинг.
- Наводи примере из праксе који показују како разумевање потрошачке психологије утиче на комерцијални успех.

за оцену 4 ученик:

- Ученик правилно разликује теоријске и примењене дисциплине психологије, али објашњење може садржати мање недостатке.
- Наводи бар два примера теоријских и два примера примењених дисциплина.
- Делимично објашњава предмет изучавања сваке дисциплине, али са могућим пропустима у детаљима.
- Наводи дефиницију психологије потрошача, али објашњење може бити општије или мање прецизно.
- Идентификује најмање два фактора који утичу на понашање потрошача (нпр. мотивација, перцепција, друштвени утицаји).
- Даје бар два примера примене психологије потрошача у трговини, али можда без детаљнијег објашњења.
- Наводи један или два примера који показују како се знање о потрошачима користи у трговини, али без дубље анализе.
- Показује разумевање теме, али одговори могу бити површнији или мање детаљни.

за оцену 3 ученик:

- Ученик показује основно разумевање разлике између теоријских и примењених дисциплина, али објашњење је непотпуно или садржи грешке.
- Наводи бар један пример теоријске и један пример примењене дисциплине, али можда без тачног објашњења.
- Предмет изучавања дисциплина није довољно јасно дефинисан.
- Ученик зна да је психологија потрошача повезана са проучавањем понашања купаца, али објашњење је површно.
- Наводи бар један фактор који утиче на одлуке потрошача, али без детаљног објашњења.
- Наводи један пример како се користи у пракси, али без детаљнијег образложења.
- Разумевање је делимично, са могућим пропустима у логици или дубини анализе.

за оцену 2 ученик:

- Ученик показује веома основно разумевање разлике између теоријских и примењених дисциплина, али објашњење је непотпуно или нетачно.
- Може да наведе један пример, али без јасног објашњења предмета изучавања.
- Објашњење је нејасно, непотпуно или садржи озбиљне грешке.
- Ученик можда зна да се психологија потрошача бави понашањем купаца, али не уме да то тачно формулише.
- Не наводи факторе који утичу на потрошаче или их набраја без разумевања.
- Не уме да наведе конкретан пример примене у трговини или даје нетачан одговор.
- Ученик покушава да објасни значај психологије потрошача, али одговор је нејасан, непотпун или са значајним грешкама.
- Не повезује психологију потрошача са трговином и маркетингом.
- Одговор је углавном репродуктиван, без разумевања суштине.

за оцену 1 ученик:

- Ученик не показује разумевање разлике између теоријских и примењених дисциплина.
- Не уме да наведе ниједан пример теоријских или примењених дисциплина.
- Одговор је нетачан, несувисли или га уопште нема.
- Не зна или не може да објасни шта проучава психологија потрошача.
- Не наводи ниједан фактор који утиче на потрошаче.
- Не даје никакав или потпуно нетачан пример примене у трговини.
- Не уме да објасни значај психологије потрошача.
- Одговор нема смисла или није повезан са темом.
- Не повезује психологију потрошача са маркетингом и трговином.

2. МОДУЛ – ПСИХИЧКИ ЖИВОТ ОСОБЕ

за оцену 5 – ученик:

- Тачно и потпуно дефинише психичке процесе (когнитивне, емоционалне и мотивационе), особине (карактерне, интелектуалне, темпераментне) и стања (афективна, мотивациона, свесна).
Разликује их по њиховим функцијама и даје примере из свакодневног живота.
- јасно и прецизно дефинише појмове осећаја и опажаја.
Објашњава њихову разлику (осећај као основна психичка функција, опажај као сложени процес организовања чулних података).
Доноси примере који показују разлику у пракси (нпр. осећај топлоте на кожи vs. опажање врелог предмета).
- Тачно наводи све битне чиниоце пажње: спољашње (интензитет, контраст, новина) и унутрашње (интересовање, мотивација, емоције).
Даје пример за сваки чинилац и објашњава како он утиче на пажњу.
- Објашњава и разликује све врсте учења (класично условљавање, инструментално учење, учење по моделу, когнитивно учење, учење увидом).
Наводи одговарајуће примере из реалног живота (нпр. класично условљавање – страх од уједа пса после негативног искуства).
- Јасно дефинише сваку од ових категорија емоционалних стања.
Наводи битне разлике међу њима (интензитет, трајање, начин испољавања).
Доноси примере који јасно илуструју сваку категорију.
- Прецизно описује физиолошке реакције при емоцијама (нпр. убрзан рад срца, ширење зеница, појачано лучење адреналина).
Објашњава адаптивну улогу ових промена (нпр. припрема организма за борбу или бег).
- Објашњава принцип хомеостазе (одржавање равнотеже у организму) и како се он односи на мотиве (нпр. глад, жеђ).
Разликује хомеостазне (физиолошке) и нехомеостазне (друштвене, психолошке) мотиве.
Наводи примере за оба типа мотивације.
- Јасно дефинише фрустрацију и конфликт и начине реаговања.
Наводи примере реалистичких реакција (нпр. конструктивно решавање проблема, прилагођавање).
- Прецизно дефинише и разликује ставове, интересовања и вредности.
Наводи примере предрасуда и стереотипа и објашњава њихове друштвене последице.
- Јасно дефинише појам конформизма.
Наводи примере истраживања и реалних ситуација у којима група утиче на понашање појединца.
- Описује четири основна типа темперамента (холерик, меланхолик, сангвиник, флегматик).
Наводи примере њиховог понашања у различитим ситуацијама.

- Јасно дефинише појам карактера и како се формира кроз социјализацију, искуство и вредности.
Наводи примере развоја карактера кроз различите животне ситуације.
- Јасно наводи кључне карактеристике зреле личности (самопоуздање, аутономија, толеранција) и незреле личности (зависност од других, нестабилност).
Наводи примере из реалног живота који потврђују ову разлику.

за оцену 4 – ученик:

- Наводи основне психичке процесе (когнитивне, емоционалне и мотивационе) и особине личности, али можда не наводи све детаљно.
Разликује психичке процесе, особине и стања, али понекад недостају јасни примери или потпуна објашњења.
- Дефинише оба појма и указује на основну разлику између њих.
Даје пример, али он можда није најпрецизнији или није довољно објашњен.
- Наводи већину битних чинилаца пажње (спољашњи и унутрашњи).
Објашњава њихов утицај, али са мањим пропустима у детаљима или примерима.
- Разликује основне врсте учења (класично условљавање, инструментално учење, учење по моделу, когнитивно учење).
Наводи примере, али могу бити општији или мање разрађени.
- Ученик зна основне разлике између ових емоционалних стања.
Даје примере, али они могу бити општи или не довољно прецизни.
- Наводи главне физиолошке реакције на емоције (нпр. убрзан рад срца, ширење зеница).
Објашњава њихову функцију, али са мањим пропустима у детаљима.
- Разликује ова два типа мотива, али можда не користи прецизну терминологију.
Наводи примере, али могу бити општији или недовољно разрађени.
- Наводи основне начине реаговања на фрустрацију.
Даје примере реалистичких реакција, али они могу бити општи или недовољно објашњени.
- Дефинише ове појмове, али можда не разликује све аспекте довољно јасно.
Опише предрасуде и стереотипе, али примери могу бити мање прецизни.
- Објашњава основни утицај групе на понашање појединца.
Наводи пример конформизма, али он можда није најбоље разрађен.
- Разликује четири типа темперамента.
Даје примере, али могу бити стереотипни или општи.
- Дефинише карактер и његово формирање.
Наводи пример, али можда није довољно разрађен.
- Дефинише зрелу и незрелу личност, али нека објашњења могу бити непотпуна.
Наводи примере, али могу бити мање прецизни.

за оцену 3 ученик:

- Наводи неке психичке процесе, особине и стања, али можда не све или их меша. Објашњење је површно и без јасних примера.
- Покушава да разликује осећај и опажај, али са мањим нетачностима. Пример је нејасан или не показује разлику на прави начин.
- Наводи неке чиниоце пажње, али их не објашњава у потпуности. Не разликује довољно јасно унутрашње и спољашње факторе.
- Покушава да наведе примере, али они могу бити нетачни или површни. Разликује неке врсте учења, али са пропустима у дефинисању.
- Наводи разлике, али без прецизности или са мешањем појмова. Примери су нејасни или недовољно разрађени.
- Спomiње неке физиолошке реакције на емоције, али без детаљног објашњења. Функцију ових промена објашњава нејасно или непотпуно.
- Зна основну разлику, али је не формулише прецизно. Наводи примере, али могу бити неадекватни или нејасни.
- Покушава да наведе примере реалистичког реаговања, али су они општи или недовољно разрађени.
- Разликује ове појмове, али са могућим мешањем или непотпуним дефинисањем. Примери предрасуда и стереотипа су нејасни или непотпуни.
- Спomiње основне ефекте групног утицаја, али без дубљег разумевања. Наводи пример конформизма, али није добро разрађен.
- Разликује темпераменте, али могу постојати нетачности. Примери су стереотипни или непотпуни.
- Дефинише карактер, али са мањим пропустима. Наводи пример, али је општи или непотпун.
- Зна основну разлику, али без јасног објашњења. Наводи пример, али може бити непотпун.

за оцену 2 – ученик:

- наводи бар један пример психичких процеса (нпр. пажња, памћење), особина (нпр. интровертност) и стања (нпр. стрес), али са непотпуним или непотпуним објашњењем.
- даје основну дефиницију осећаја и опажаја, али не успева да их јасно разграничи или дати конкретне примере.
- наводи бар један чинилац (нпр. интензитет стимулуса), али без објашњења или примера из стварног живота.
- даје један пример за бар једну врсту учења (нпр. класично условљавање), али без довољно јасне везе са теоријом.
- даје основне дефиниције, али не успева да их јасно разграничи или дати примере.

- наводи бар једну органску промену (нпр. убрзан рад срца), али без објашњења њене функције.
- даје основну дефиницију за једну од ове две врсте мотива, али не успева да их разликује или дати примере.
- наводи један пример реаговања, али без довољно јасне везе са теоријом или без објашњења.
- даје основне дефиниције, али не успева да их јасно разграничи или дати примере.
- наводи један пример предрасуде или стереотипа, али без довољно јасног објашњења.
- даје основно објашњење утицаја групе, али без конкретних примера или дубље анализе.
- наводи један пример понашања, али без јасног повезивања са теоријом темперамента.
- даје основну дефиницију карактера, али без објашњења његовог формирања или примера.
- Ученик наводи једну карактеристику зреле или незреле личности, али без јасног разликовања или примера.

за оцену 1 – ученик:

- За психичке процесе и стања - ученик наводи један пример (нпр. "памћење" као процес, "екстрвертност" као особину, "стрес" као стање), али не разликује јасно категорије (нпр. меша процесе и стања) и/или је без објашњења или везе са теоријом.
- За опажање ученик даје непотпун или погрешан одговор: без јасне дефиниције или примера (нпр. не помиње да је опажај интерпретација сензација).
- Ученик наводи један чинилац пажње (нпр. "гласни звук"), али без објашњења зашто то изазива пажњу (нпр. не помиње интензитет стимулуса) или без примера из живота.
- даје један пример за једну врсту учења (нпр. "свирање звона пре ручка" за класично условљавање), али не наводи примере за остале врсте (оперантно, учење посматрањем) или пример није повезан са теоријом (нпр. не објашњава условни стимулус).
- даје неразумљиво или погрешно разликовање: афекта, сентимента, расположења, без објашњења временског трајања или интензитета (нпр. афект је краткотрајан, сентимент дуготрајан).
- наводи једну физиолошку промену која прати емоције, али не објашњава функцију и нема везе са емоционалним стањима (нпр. не помиње адреналин).
- даје нетачан одговор: за хомеостазне и нехомеостазне мотиве и без објашњења хомеостазе

- Не уме да објасни реалстичко и нереалистичко реаговање
- даје збуњујуће дефиниције ставова, интересовања и вредности и без примера
- наводи непримерен или непотпуан пример стереотипа и предрасуда:
- даје неразумљиво објашњење кофнормизма :
- не може да наведе и објасни врсте темпераманета, или ограничено
- даје непотпун одговор за карактер без помињања улоге искуства, образовања или социјалног окружења.
- Не прави разлику између зрелог и незрелог понашања или је одговор без објашњења (нпр. незрела особа избегава одговорност) или примера.

3 МОДУЛ : ПОНАШАЊЕ ПОТРОШАЧА

за оцену 5 ученик:

- Ученик детаљно описује демографске, психографске, социо-економске и културне карактеристике потрошача (нпр. узраст, стил живота, приход, вредности).
- Наводи конкретне примере (нпр. "Млади потрошачи често преферирају еко-производе").
- Повезује карактеристике са конкретним потрошачким одлукама.
- Детаљно описује фазе мотивационог процеса:
- Користи теоријске моделе (нпр. Maslow-ова хијерархија потреба).
- Систематски наводи интерне и екстерне факторе који утичу на потрошаче:
 - Интерни: перцепција, ставови, емоције, личности.
 - Екстерни: култура, породица, друштвени статус, маркетинг.
- Објашњава утицај сваког фактора кроз примере (нпр. "Рекламни кампање формирају перцепцију о бренду").
- Објашњава утицај технологије, интернета и друштвених мрежа на промене понашања потрошача : Детаљно описује:
- објашњава факторе који утичу на потрошача пре, за време и после куповине
- Наводи примере утицаја обичаја, ритуала и стереотипа приликом куповне
- Разликује врсте потрошача у односу на својства и особености њиховог понашања
- Јасно раздваја категорије:
- Наводи примере за сваку категорију потрошача
- У стању је да опише све врсте потрошача
- Демонстрира понашање различите врсте потрошача
- Користи симулације, студије случаја или анализе да покаже како различити потрошачи реагују у истоветним ситуацијама.

за оцену 4 ученик:

- Ученик наводи већину карактеристика потрошача (демографске, психографске, социо-економске, културне), али може да пропусти један аспект (нпр. не помиње културне вредности).
- Даје примере, али са мање конкретних веза са одлукама
- објашњава ток мотивационог процеса потрошаче детаљно описује основне фазе (препознавање потребе, тражење информација, евалуација, куповина, пост-куповина), али не користи теоријске моделе (нпр. Maslow-ову хијерархију) или може да непотпуно објасни пост-куповина понашање (нпр. не спомиње когнитивну дисонанцу).
- Наведи све факторе који утичу на понашање потрошача, али: може да занемари једну категорију (нпр. утицај породице).
- . Објашњава утицај технологије, интернета и друштвених мрежа на промене понашања потрошача али не наводи конкретне студије случаја (нпр. TikTok трендове) и може да непотпуно објасни персонализацију реклама.
- Објашњава факторе који утичу на потрошача пре, за време и после куповине са мањим пропустима
- . Наводи примере утицаја обичаја, ритуала и стереотипа приликом куповине даје релевантне примере, али без критичке анализе.
- Разликује врсте потрошача у односу на својства и особености њиховог понашања али: не наводи све подкатеорије (нпр. еко-свесни vs. цена-осетљиви) и примери су мање специфични
- Наводи већину типологија (нпр. по стилу куповине, мотивацији, демографији), али: може да пропусти једну врсту
- Демонстрира понашање различите врсте потрошача али користи опште примере без симулација или детаљних анализа.

за оцену 3 ученик:

- Ученик наводи основне карактеристике потрошача (нпр. демографске или психографске), али не помиње све врсте (нпр. занемарује културне карактеристике) и примери су општи
- Може да опише основне фазе мотивационог процеса потрошача али детаљно објашњава све фазе 3. Наводи све факторе који утичу на понашање потрошача
- Наводи неке факторе (нпр. маркетинг, приход), али их не раздваја јасно и занемарује утицај друштвених норми или емоција.
- Објашњава утицај технологије, интернета и друштвених мрежа на промене понашања потрошача али наводи опште утицаје без конкретних примера
- Објашњава неке али не све факторе који утичу на потрошача пре, за време и после куповине

- Наводи примере утицаја обичаја, ритуала и стереотипа приликом куповине али даје једноставне примере и не разликује јасно обичаје од стереотипа нити ради анализу утицаја (нпр. зашто се ритуали везују за брендове).
- Разликује основне типове потрошача али не наводи подтипове и примери су непотпуни
- Демонстрира понашање различите врсте потрошача али тако што користи једноставне сценарије без симулација или дубље анализе. Показује основно разумевање теорије, али са недостацима у детаљима и дубини.

за оцену 2 ученик :

- Објашњава појам и карактеристике потрошача али наводи само неке основне карактеристике потрошача (нпр. "старост" или "култура"), али без детаља или структуре и не разликује јасно категорије (демографске, психографске) или даје непотпуне/нетачне дефиниције.
- Наводи 1–2 фазе мотивационог процеса (нпр. "куповина"), али не објашњава њихову узајамну везу или значај или не помиње теорије (нпр. Маслову хијерархију) или везе са маркетингом.
- Наводи 2–3 општа фактора која утичу на понашање потрошача без икакве анализе или категоризације
- Не указује на утицај ситуационих фактора или психолошких процеса.
- Наводи површне примере за утицај технолозије, интернета и друштвених мрежа без објашњења механизма
- Не анализира промене у понашању или конкретне дигиталне трендове.
- Описује једну фазу процеса куповине или меша факторе из различитих фаза без структуре и не разматра везе између фаза
- Наводи један непотпуни пример за утицај обичаја, ритуала и стереотипова на куповину без објашњења културног/друштвеног контекста.
- Наводи 1–2 врсте потрошача без јасних критеријума за разликовање.
- Даје непотпуне или непотпуно дефинисане описе врста потрошача Не наводи конкретне профиле или тржишне сегменте.
- демонстрација понашања потрошача је конфузна, не препознају се типови

за оцену 1 ученик:

- Ученик наводи 1–2 основне карактеристике потрошача (нпр. "старост" или "приход") без икакве категоризације или објашњења.
- Не помиње демографске, психографске или друге категорије, или даје потпуно нетачне дефиниције.
- Наводи једну фазу мотивационог процеса (нпр. "куповина") или неразумевanje фаза (нпр. мешање термина).

- Наводи 1–2 фактора (нпр. "цена", "рекламе") који утичу на понашање потрошача али без икакве анализе, категоризације или објашњења.
- Наводи нејасан или нетачан пример за утицај технологије, интернета и друштвених мрежа без везе са променама понашања.
- Нема објашњења о улози дигиталних платформи или друштвеног утицаја.
- Не разликује фазе куповине или наводи потпуно нерелевантне чиниоце.
- Нема објашњења како фактори утичу на одлуке у било којој фази.
- Наводи један непотпуни или нетачан пример за утицај ритуала, обичаја и стереотипова али без везе са ставрним обичајима или стереотипима - нема препознавања културног или друштвеног контекста.
- Наводи једну врсту потрошача (нпр. "импулсивни") без критеријума за разликовање или објашњења.
- Даје непотпуне, нејасне или нетачне описе врста потрошача без конкретних примера или веза са тржишним сегментима.
- Покушаји описивања потрошача и демонстрација куповине су нејасни, хаотични или потпуно нереални (нпр. "сви купују исто").

4. МОДУЛ – ПСИХОЛОГИЈА ОПХОЂЕЊА СА ПОТРОШАЧИМА

за оцену 5 ученик:

- Ученик детаљно објашњава како психолошки процеси (перцепција, емоције, когнитивне пристрасности) утичу на комуникацију.
- Користи теорије и примењује их на реалне ситуације.
- Наводи везе између психичких стања (нпр. стреса) и ефикасности комуникације.
- Прецизно дефинише и анализира елементе комуникационог процеса :
- Илуструје интеракцију елемената кроз конкретне примере (нпр. рекламна кампања, продајни разговор).
- Детаљно описује принципе конструктивне комуникације : *активно слушање, емпатија, јаснића и прецизност, невербална комуникација, отвореност за повратну информацију.*
- Објашњава како ови принципи спречавају конфликте и граде поверење (нпр. коришћење "Ја-порука" уместо оптужујућег тона).
- Наводи и анализира све кључне факторе неспоразума у комуникацији : *језичке баријере, културолошке разлике, претпоставке и стереотипи, емоционалне сметње, нејасне поруке.*
- Даје примере из стварног света (нпр. погрешно тумачење техничких термина у уговору).
- Истиче *асиметрију информација, потребу за грађењем поверења, улогу убеђивања без манипулације.*

- Објашњава како се комуникација прилагођава потрошачевим потребама (нпр. активна анализа потреба кроз отворена питања).
- Наводи најчешће изовре неспоразума у комуникацији продавац–потрошач
- и детаљно објашњава: *нејасне услове гаранције, нетачне информације о производу, неразумевање потрошачевих очекивања, културолошке неосетљивости.*
- Користи студије случаја (нпр. конфликт због неиспоштовања рока испоруке).
- Дефинише асертивност као баланс између пасивности и агресивности.
- Наводи технике: *изражавање потреба без кривице, одлучно одбијање уз поштовање, активно слушање.*
- Даје примере из продаје (нпр. хендловање притужби без губитка професионалности).
- Наводи све кључне особине савременог продавца : *технолошка писменост, емоционална интелигенција, адаптабилност, етички стандарди, фокус на решења (а не на продају).*
- Детаљно описује процес стварања поверења кроз конкретан сценарио:
- Објашњава како друштвене мреже служе за *брз одговор на притужбе* (нпр. Twitter као канал за хитну подршку),*изградњу заједнице* (нпр. Facebook групе за лојалне потрошаче),*прикупљање повратних информација* (нпр. анкете на Instagram).
- Наводи примере компанија које ефикасно користе друштвене мреже

за оцену 4 ученик:

- објашњава везу између психичких процеса и комуникације, али са ограниченим детаљима.
- Наводи основне теорије (нпр. улогу перцепције), али без дубље анализе или конкретних примера.
- Могуће мање грешке у повезивању психичких стања и комуникације.
- Наводи све елементе комуникационог процеса али са непотпуним објашњењем њихове интеракције.
- Примери су општи (нпр. "разговор између два лица") без специфичног контекста.
- Наводи принципе конструктивне комуникације (активно слушање, емпатија), али са непотпуном анализом њиховог утицаја на конфликте.
- Наводи 3–4 фактора који доводе до неспоразума у комуникацији (нпр. језичке баријере, стереотипи), али без детаљне анализе или примера из стварног света.
- Не разматра све категорије (нпр. заборавља на емоционалне сметње).
- Објашњева специфичности комуникације продавца са потрошачем - истиче асиметрију информација и потребу за поверењем, али не објашњава како се комуникација прилагођава потребама.
- Нема примера употребе отворених питања за анализу потреба.

- Дефинише асертивност као баланс, али без навођења техника (нпр. одлучно одбијање) а примери су општи без везе са продајним контекстом.
- Наводи особине савременог продавца (технолошка писменост, емоционална интелигенција), али без везе са трендовима
- Нема објашњења како се ове особине примењују у пракси.
- Описује процес стварања поверења код купца кроз пример, али без детаља, нема конкретног сценарија или везе са познатим брендом.
- Наводи основне функције друштвених мрежа у функцији потрошача (нпр. одговарање на притужбе), али без примера компанија или детаља о изградњи заједнице.

за оцену 3 ученик:

- Објашњава условљености комуникације и психичких процеса али наводи површну везу између психичких процеса и комуникације (нпр. "емоције утичу на разговор"), не помиње теорије или конкретне механизме (нпр. перцепцију, когнитивне пристрасности).
- Наводи 3–4 елемента комуникационог процеса (нпр. пошљалац, порука, прималац) без дефиниција или везе међу њима или су примери су нејасни или непотпуни (нпр. "неко шаље поруку").
- Наводи 1–2 принципа конструктивне комуникације без објашњења како спречавају кон фликте.
- Не повезује ове принципе са техникама (нпр. "Ја-поруке") или стварним ситуацијама.
- Наводи 1–2 факторан неспоразума у комуникацији без анализа или примера.
- Не разликује језичке, културолошке или емоционалне препреке.
- Наводи опште тврдње о комуникацији потрошач/продавац али не објашњава асиметрију информација или стратегије грађења поверења.
- Дефинише асертивност непотпуно (нпр. "бити одлучан") без техника или примера или нема везе са контекстом продаје.
- Наводи 1–2 особине савременог продавца али без објашњења или везе са трендовима.
- Даје нејасан пример стварања поверења код потрошача без конкретног сценарија или везе са процесима (транспарентност, доследност).
- Наводи основну функцију друштвених мрежа у служби потрошача без примера или анализе утицаја.

за оцену 2 ученик:

- Објашњава условљености комуникације и психичких процеса тако што наводи непотпуне или нетачне тврдње о вези између психичких процеса и комуникације (нпр. "људи причају") нема помена теорија, механизма или примера.
- Описује елементе комуникационог процеса али наводи 1–2 елемента без дефиниција, везе или контекста.

- Примери су нерелевантни или непостојећи.
- Наводи 1 принцип конструктивне комуникације без објашњења или везе са конструктивном комуникацијом или нема примера или везе са реалним ситуацијама.
- Наводи 1 фактор који доводи до неспоразума у комуникацији без икакве анализе, категоризације или примера.
- Објашњава специфичности комуникације продавца са потрошачем тако што даје нејасне или непотпуне тврдње
- Нема објашњења асиметрије информација или стратегија поверења.
- Дефинише асертивност непотпуно или нетачно и нема везе са продајним контекстом или техникама.
- Наводи 1 особину савременог продавца али без објашњења, примера или везе са савременим трендовима.
- Даје нејасан или нереалан пример стварања поверења код потрошача
- Нема везе са транспарентношћу, доследношћу или персонализацијом.
- Наводи нејасан или нетачан опис улоге друштвених мрежа у функцији потрошача тј. нема примера, функција или везе са подршком потрошачима.

за оцену 1 ученик:

- Објашњава условљености комуникације и психичких процеса али тако што наводи непотпуне или нетачне тврдње (нпр. "комуникација и психологија нису повезане") нема помена теорија, механизма или било каквог примера.
- Наводи 1 елемент комуникационог процеса без дефиниције или контекста.
- Наводи 1 принцип конструктивне комуникације без објашњења или везе са решавањем конфликта или пример нема везе са техникама (нпр. активно слушање) или стварним ситуацијама.
- Наводи 1 нејасан фактор неспоразума у комуникацији без категоризације, анализа или примера.
 - Објашњава специфичности комуникације продавца са потрошачем тако што даје неразумљиве тврдње
- Нема објашњења асиметрије информација, грађења поверења или прилагођавања потребама.
 - Дефинише асертивност погрешно (нпр. "бити насилан") или је уопште не помиње.
- Наводи 1 особину савременог продавца без објашњења, примера или везе са савременим изазовима.
- Даје нереалан пример стварања поверења код потрошача без везе са транспарентношћу, доследношћу или персонализацијом.

- Наводи нејасан опис улоге друштвених мрежа у служби потрошача (нпр. "друштвене мреже су корисне") без примера, функција или везе са подршком потрошачима.