

УНИВЕРЗИТЕТ У КРАГУЈЕВЦУ  
 ЕКОНОМСКИ ФАКУЛТЕТ  
 БРОЈ: 2750/XXI-2)  
 ДАТУМ: 29.09.2017. год.  
 Крагујевац

**ПРОГРАМ РАДА СА ДИНАМИКОМ ИЗВОЂЕЊА НАСТАВЕ  
 НА НАСТАВНОМ ПРЕДМЕТУ ОСНОВНИХ АКАДЕМСКИХ СТУДИЈА**

Студијски програм/студијски програми: Пословна Економија и менаџмент (Модули: Маркетинг, Менаџмент, Туризам и хотелијерство, Рачуноводство и пословне финансије)				
Врста и ниво студија: основне академске студије				
<b>Назив предмета: ИСТРАЖИВАЊЕ ТРЖИШТА</b>				
<b>Наставник (Презиме, средње слово, име): Вељко Р. Маринковић</b>				
Статус предмета (на којим смеровима): обавезан на модулима Маркетинг и Туризам и хотелијерство; изборни на модулима Менаџмент и Рачуноводство и пословне финансије				
Број ЕСПБ: 7				
Услов:				
<b>Циљ предмета</b>				
Упознавање студената са процесом истраживања тржишта путем којег се ствара квалитетна информациона основа за доношење пословних одлука. На тај начин, студенти се упознају са основним подручјима активности, као и са фазама овог процеса.				
<b>Исход предмета</b>				
Исход предмета је стицање знања студената о основним методама и техникама истраживања тржишта, као и оспособљавање студената за примену ових метода у пракси. У оквиру предмета се наводе различити релевантни извори за прикупљање секундарних података, као и методи за прикупљање примарних података. Такође, разматрају се и статистички и економетријски методи за анализу прикупљених података. Савладавањем материје, студенти стичу знање и практичне вештине писања извештаја о спроведеном истраживању и пројеката из области тржишних истраживања.				
<b>Садржај предмета</b>				
<i>Теоријска настава</i>				
<i>Систем маркетинг истраживања</i>				
<i>Маркетинг истраживање и доношење одлука</i>				
<i>Процес маркетинг истраживања</i>				
<i>Прикупљање података</i>				
<i>Узорак</i>				
<i>Анализа података и писање извештаја о спроведеном истраживању</i>				
<i>Етички аспекти истраживања тржишта</i>				
<i>Маркетинг информациони систем</i>				
 <i>Практична настава:</i>				
<i>Вежбе, Презентација резултата студија из области истраживања тржишта,</i>				
<i>Студијски истраживачки рад</i>				
<b>Литература (Назив и број страна):</b>				
<b>Анђелковић Слободан, Понашање потрошача у маркетинг истраживањима, ВПШ, Београд, 2001.</b>				
<b>Додатна литература:</b>				
<b>Ханић Хасан, Истраживање тржишта и маркетинг информациони систем, ЦИД, Београд, 2003.</b>				
<b>Број часова активне наставе</b>				Остали часови
Предавања:	Вежбе:	Други облици наставе:	Студијски истраживачки рад:	
45	30			

**Методе извођења наставе:**

Предавања - упознавање студената са градивом и анализа примера из праксе

Вежбе - допунско појашњење градива, дискусије, презентација резултата студија из области истраживања тржишта, појединачни и групни рад студената на решавању примера из праксе

**Оцена знања (максимални број поена 100)**

Предиспитне обавезе	поена	Завршни испит	поена
активност у току предавања	5	писмени испит	
практична настава		усмени испт	50
колоквијум-и	30	.....	
семинар-и	15		

**ДИНАМИКА ИЗВОЂЕЊА НАСТАВЕ ПО ТЕМАТСКИМ ЦЕЛИНАМА**

ТЕМАТСКА ЦЕЛИНА	ДАТУМ ОБРАДЕ (РАДНА НЕДЕЉА)		ЛИТЕРАТУРА (од-до стр.)
	Предавања	Вежбе	
1. Упознавање студената са градивом и предиспитним обавезама; дефинисање, садржај и улога истраживања тржишта у управљању маркетингом;	I	I	33-39
2. Врсте истраживања тржишта; организација функције истраживања тржишта; значај истраживања тржишта за пословно одлучивање	II	II	39-57
3. Процес маркетинг истраживања; дефинисање проблема и циљева истраживања; конципирање истраживачког плана; експлоративно, дескриптивно и каузално истраживање; избор понуђача истраживања; извори и врсте података	III	III	67-72; 81-100
4. Интерни и екстерни секундарни подаци; коњуктурна истраживања; предности и недостаци секундарних података; квалитативне технике за прикупљање примарних података	IV	IV	100-124
5. Метод посматрања и метод испитивања	V	V	124-153
6. Скале за мерење ставова потрошача	VI	VI	159-174.
7. Колоквијум	VII	VII	
8. Експериментални метод – основе и валидност експеримента; Класични планови експеримента	VIII	VIII	177-190
9. Случајни експериментални планови; панели и експериментални план; примена узорка у истраживању тржишта	IX	IX	190-192; 224-243
10. Врсте узорака	X	X	244-259

11. Анализа података и извештај о истраживању	XI	XI	343-346; 371-376 (Хасан Ханић, Истраживање тржишта и МИС, 2003)
12. Етички аспекти истраживања тржишта; маркетинг информациони систем, анализа трошкова и анализа продаје; анализа маркетиншког окружења	XII	XII	179-184; 606-608; 683-700; 379-388. (Хасан Ханић, Истраживање тржишта и МИС, 2003)
13. Колоквијум	XIII	XIII	
14. Студија случаја	XIV	XIV	
15. Студија случаја	XV	XV	
<b>НАЧИН ПОЛАГАЊА ИСПИТА</b> (писмено и/или усмено)	Усмено		
I КОЛОКВИЈУМ (Литература од-до стр.)	93-174		
II КОЛОКВИЈУМ (Литература од-до стр.)	177- 192; 224-243; 244-259  343-346; 371-376; 179-184; 606-608; 683-700; 379-388. (Хасан Ханић, Истраживање тржишта и МИС, 2003)		
БРОЈ КАБИНЕТА И ВРЕМЕ ПРИЈЕМА ПРЕДМЕТНИХ ПРОФЕСОРА	Д 205 Понедељак 10-12		
БРОЈ КАБИНЕТА И ВРЕМЕ ПРИЈЕМА ПРЕДМЕТНИХ АСИСТЕНАТА			
БРОЈ ТЕЛЕФОНА И Е-МАИЛ ПРЕДМЕТНИХ ПРОФЕСОРА	<a href="mailto:vmarinkovic@kg.ac.rs">vmarinkovic@kg.ac.rs</a> 034 303 525		
БРОЈ ТЕЛЕФОНА И Е-МАИЛ ПРЕДМЕТНИХ АСИСТЕНАТА			

Достављено:

- Продекану за наставу
- Студентској служби
- Архиви Већа

