

Студијски програм: Економија и пословно управљање и Пословна информатика			
Назив предмета: Истраживање тржишта			
Наставник/наставници: Вељко Маринковић			
Статус предмета: студијски програм Економија и пословно управљање, обавезан на модулима Менаџмент, Маркетинг и Туризам и хотелијерство, изборни на модулу Финансије, банкарство и осигурање; изборни на студијском програму Пословна информатика			
Број ЕСПБ: 7			
Услов:			
Циљ предмета			
Циљ предмета је 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 врстама, подручјима активности истраживања тржишта, као и са фазама овог процеса. У оквиру предмета се објашњавају различити релевантни извори секундарних података, као и методи за прикупљање примарних података. Такође, разматрају се различите врсте узорака и статистички методи који се користе у анализи података.			
Исход предмета			
Исход предмета је стицање знања студената о основним изворима секундарних података, методама и техникама за прикупљање примарних података, као и оспособљавање студената за њихову примену у пракси. Такође, студенти стичу вештине примене статистичких метода у поступку анализе прикупљених података. Осим стицања теоријских знања, студенти се оспособљавају да израде студију из области истраживања тржишта и да критичким размишљањем осмисле препоруке за побољшање постојеће маркетинг стратегије. Студенти стичу и комуникацијске вештине презентације кључних истраживачких налаза до којих су дошли током израде студије из области истраживања тржишта.			
Садржај предмета			
<i>Теоријска настава</i>			
Дефинисање, врсте и основна подручја истраживања тржишта			
Истраживање тржишта и доношење одлука			
Процес истраживања тржишта			
Експлоративно истраживање			
Дескриптивно и каузално истраживање			
Узорак			
Анализа података и писање извештаја о истраживању			
Етички аспекти истраживања тржишта			
Маркетинг информациони систем			
<i>Практична настава</i>			
Вежбе, Анализа студија случаја из области истраживања тржишта, Студијски истраживачки рад.			
Литература			
1. Ханић Хасан, Истраживање тржишта и маркетинг информациони систем, ЦИД, Београд, 2003.			
2. Анђелковић Слободан, Понашање потрошача у маркетинг истраживањима, ВПШ, Београд, 2001.			
Број часова активне наставе	Теоријска настава: 3	Практична настава: 2	
Методе извођења наставе: Теоријска настава, практична настава, самостални рад студената, консултације			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	поена	Завршни испит	поена
активност у току предавања	5	писмени испит	
практична настава		усмени испит	30
колоквијум-и	50	
семинар-и	15		