

Студијски програм/студијски програми : Дипломске академске студије менаџмента			
Врста и ниво студија: Дипломске академске студије-мастер/ други степен			
<b>Назив предмета: Маркетинг истраживање</b>			
<b>Наставник : <a href="#">Грандафиловић В. Игор</a></b>			
Статус предмета: обавезни			
Број ЕСПБ: 7			
Услов: неусловљен			
<b>Циљ предмета:</b> Представљање основних принципа и кључних фактора маркетинг истраживања. Анализа савремених метода и модела истраживања маркетинга у функцији маркетинг управљања и одлучивања.			
<b>Исход предмета:</b> Разумевање концепта маркетинг истраживања, те стицање апликативних знања из те области која студенте оспособљавају за решавање практичних маркетиншких проблема и доношење валидних одлука ради елиминисања или свођења пословног ризика у одлучивању у оптималне оквире.			
<b>Садржај предмета</b>			
<p><i>Теоријска настава:</i> Теоријска настава се изводи путем предавања из следећих области (15 недеља): <b>П-01:</b> Дефинисање и садржај маркетинг истраживања; <b>П-02:</b> Процес маркетинг истраживања – дефинисање проблема и циљева; утврђивање извора података; <b>П-03:</b> Процес маркетинг истраживања – појам узорка и развијање стратегије избора узорка; <b>П-04:</b> Процес маркетинг истраживања – избор метода прикупљања података (метод посматрања, метод испитивања, експериментални метод); <b>П-05:</b> Процес маркетинг истраживања – мерне скале; обрада података; <b>П-06:</b> Процес маркетинг истраживања – основне технике анализе података (дескрипција, генерализација, објашњење разлика); <b>П-07:</b> Процес маркетинг истраживања – мултиваријационе технике анализе података; <b>П-08:</b> Процес маркетинг истраживања – израда извештаја о резултатима истраживања; <b>П-09:</b> Управљање маркетинг истраживањем; <b>П-10:</b> Истраживање тржишне тражње и конкуренције; <b>П-11:</b> Истраживање понашања потрошача; <b>П-12:</b> Истраживање за потребе креирања стратегије маркетинг микса; <b>П-13:</b> Маркетинг информациони систем МИС – концепција; структура; функционисање <b>П-14:</b> Маркетинг информациони систем МИС – систем интерних извештаја; систем маркетиншких обавештавања; систем аналитичког маркетинга; <b>П-15:</b> Међународна маркетинг истраживања.</p> <p><i>Практична настава:</i> <b>В-01:</b> Улога, појам и значај маркетинг истраживања; <b>В-02:</b> <b>В-03:</b> Типови узорака и њихова примена; Одређивање величине узорка; <b>В-04:</b> Креирање анкетног упитника; Избор и припрема анкетара; <b>В-05:</b> Начини груписања и презентовања података; Мере централне тенденције и мере варијабилитета; <b>В-06:</b> Тестирање хипотеза за потребе маркетинг истраживања (з-тест; т-тест; <math>\chi^2</math> – тест); <b>В-07:</b> Мултиваријационе технике анализе података (регресија и корелација; мултипла регресија; фактор анализа); <b>В-08:</b> Први колоквијум; <b>В-09:</b> Улога менаџера и истраживача; Трошкови и буџетирање истраживања; Организација маркетинг истраживања; <b>В-10:</b> Модели тражње; Еластичност тражње и приход предузећа; Перцепционе мапе; <b>В-11:</b> Социолошка, психолошка, мотивациона истраживања; <b>В-12:</b> Истраживање производа, цена, промоције и дистрибуције; <b>В-13:</b> Инфраструктура МИС-а; Софтверски пакети за подршку маркетинг истраживања (СПСС...); <b>В-14:</b> Презентовање и одбрана семинарских радова студената; <b>В-15:</b> Други колоквијум.</p>			
Литература			
<ul style="list-style-type: none"> <li>Ханић Х., Истраживање маркетинга и маркетинг информациони систем, Економски факултет, Београд, 2002.</li> <li>Салаи С. – Божидаревић Д., Маркетинг истраживање, Савремена администрација, Београд, 2001.</li> <li>Crouch S. – Housden M., Marketing research for managers, Butterworth-Heinemann, 2003.</li> </ul>			
<b>Број часова активне наставе</b>			Остали часови:
Предавања: 3	Вежбе: 4	Други облици наставе:  Студијски истраживачки рад:	
<b>Методе извођења наставе:</b> екс катедра, интерактивност, контролни тестови, студентски истраживачки рад			
<b>Оцена знања (максимални број поена 100)</b>			
Предиспитне обавезе	поена	Завршни испит	поена
активност у току предавања	5	писмени испит	/
практична настава	5	усмени испит	60
колоквијум-и	20		
семинарски радови	10		