

|                                                                                   |                                                                       |
|-----------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------|
|  | <p>Висока економска школа струковних студија<br/>Пећ у Лепосавићу</p> |
|                                                                                   | <p><b>АКРЕДИТАЦИЈА СТУДИЈСКОГ ПРОГРАМА</b></p>                        |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>Студијски програм:</b> Трговинско пословање</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| <p><b>Назив предмета:</b> МАРКЕТИНГ ИСТРАЖИВАЊЕ</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| <p><b>Статус предмета:</b> Изборни</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| <p><b>Број ЕСПБ:</b> 4</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| <p><b>Услов:</b><br/>Студенти морају владати знањима из области маркетинга и пословне статистике.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| <p><b>Циљ предмета</b><br/>Стицање знања студента из области метода и техника истраживања као и изградње целовитог маркетинг информационог система предузећа, без чега нема доношења релевантних пословних одлука. Студенти требају знати, када маркетиншко истраживање може, а када треба да се користи, какве истраживачке алтернативе постоје, како тумачити и применити резултате истраживања.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| <p><b>Исход предмета</b><br/>Студенти имају јасан став о информацијама добијеним маркетиншким истраживањем. Оне представљају основно полазиште у привлачењу купаца, доношењу стратешких одлука, и добијању одрживе подршке купаца. Информације су више него моћ, оне су кључ успеха и напретка сваке компаније.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| <p><b>Садржај предмета</b><br/><i>Теоријска настава</i><br/><i>Природа и обухват маркетиншког истраживања</i> Маркетиншко обавештење са аспекта одлучивања: Димензија истраживања маркетинга, процес истраживања и етички аспекти. Маркетиншко истраживање у пракси. Процес маркетиншког истраживања. Дизајн и имплементација истраживања. <i>Прикупљање података</i> Секундарни извори маркетиншких података. Стандардизовани извори маркетиншких података. Маркетиншко истраживање на Интернету. Прикупљање информација: Квалитативне и опсервационе методе. Информације добијене од испитаника: Анкетни метод. Мерење ставова. Узрочна истраживања. Извлачење узорка. <i>Маркетинг информациони систем</i> Концепција, структура и функционисање маркетинг информационог система. Пројектовање и развој маркетинг информационог система. Планирање развоја маркетинг информационог система. Имплементација система. Организација и контрола маркетинг информационог система. <i>Анализа података</i> Основе анализе података. Тестирање хипотеза. Корелациона и регресиона анализа. Дискриминациона и каноничка анализа. Факторска и анализа скупина. Извори грешака у истраживању маркетинга. Сегментација тржишта и мултидимензионо ескалирање. Презентација резултата. <i>Примене маркетиншког обавештавања</i> Традиционалне примене: Производ, цена, дистрибуција и промоција. Савремене примене: Конкурентна предност, вредност бренда, задовољство купаца и управљање укупним квалитетом. Нове примене: Маркетинг заснован на базама података, електронска трговина, маркетинг односа и обавештавање о потрошачима. <i>Посебна подручја истраживања маркетинга.</i> Специфичности маркетиншких истраживања у трговини, туризму и другим посебним областима.<br/><i>Практична настава</i><br/>Часови вежби прате методске јединице предавања. Студенти раде одговарајуће студије случаја: Тржиште деце до 12 година-право место за пружаоце услуга мобилне телефоније? Етичке дилеме у маркетиншким истраживањима. Philip Morris улази у Турску. Цигарете у кутији на извлачење фирме Reynolds Tobacco. Dell у Латинској Америци. Paradise Foods. Дечја болница CCH. Mountain Bell компанија која се бави телефонима. Ланац продавница Essex Markets. Пројекат ДАТА: Студија градског превоза. National Kitchens. Креирање упитника. Вежбе за дизајнирање узорка. Мерење задовољства пацијената. Корелациона и регресиона анализа трошкови рекламирања у односу на промет купаца у продавници. Презентација резултата: Усмена и писмена.</p> |
| <p><b>Литература</b><br/><i>Основна литература</i><br/>1. Стојановић, В. (2018). <i>Маркетинг менаџмент истраживање</i>, Бања Лука, ISBN 978-99976-22-36-5.<br/><i>Допунска литература</i><br/>1. McDaniel Jr. C., Gates, R. (2019). <i>Marketing Research</i>, John Wiley &amp; Sons, 11<sup>th</sup> EMEA edition, ISBN-13 978-1118249321, ISBN-10 1118249321.<br/>2. Hague, P., Cupman, J., Harrison, M., Truman, O. (2016). <i>Market Research in Practice: An Introduction to Gaining Greater Market Insight</i>, Kogan Page Limited, Third edition, London, ISBN-13 978-0749475857, E-ISBN-10 9780749475857.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |

|                                                                                   |                                                               |
|-----------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------|
|  | Висока економска школа струковних студија<br>Пећ у Лепосавићу |
|                                                                                   | <b>АКРЕДИТАЦИЈА СТУДИЈСКОГ ПРОГРАМА</b>                       |

|                                                            |                       |                       |       |
|------------------------------------------------------------|-----------------------|-----------------------|-------|
| Број часова активне наставе                                | Теоријска настава: 30 | Практична настава: 30 |       |
| Методе извођења наставе                                    |                       |                       |       |
| Ех-катедра, интерактивни метод, анализа случаја из праксе. |                       |                       |       |
| Оцена знања (максимални број поена 100)                    |                       |                       |       |
| Предиспитне обавезе                                        | поена                 | Завршни испит         | поена |
| активност у току предавања                                 | 10                    | писмени испит         | 30    |
| практична настава                                          | –                     | усмени испит          | 30    |
| колоквијум-и                                               | 20                    |                       |       |
| семинар-и                                                  | 10                    |                       |       |