

<b>SVEUČILIŠTE /UNIVERZITET „VITEZ“</b>		
<b>ORGANIZACIJSKA JEDINICA: FAKULTET POSLOVNE EKONOMIJE</b>		
<b>NAZIV PREDMETA: ISTRAŽIVANJE MARKETINGA</b>		<b>ŠIFRA 5.01.05.014</b>
<b>NIVO: dodiplomski</b>	<b>Godina: II</b>	<b>Semestar: III</b>
<b>STATUS: obavezni</b>		<b>Broj ECTS: 4</b>
<b>Ukupno opterećenje studenta 120 sati</b>		<b>R.BR: 014</b>
<b>1. CILJ PREDMETA</b>	Upoznati studente sa svrhom i značajem istraživanja marketinga i prikupljanja podataka. Informacije služe menadžerima da donose odluke i radi toga je neophodno da studenti savladaju metodologiju istraživanja i metode koje se koriste u istraživanju marketinga.	
<b>1.1. Kompetencije / obrazovni ishodi</b>	Nakon položenog predmeta studenti će znati funkciju i ulogu istraživanja marketinga što je znatno širi pojam od istraživanja tržišta	
<b>1.2. Savladane vještine</b>	Studenti će ovladati metodom i tehnikama prikupljanja primarnih i sekundarnih podataka posebno metodom uzorka kao i obrađivati prikupljene podatke i iskazati rezultate istraživanja	
<b>1.3. Osnovni sadržaj predmeta:</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. SVRHA I CILJ ISTRAŽIVANJA MARKETINGA</li> <li>2. PLANIRANJE ISTRAŽIVANJA</li> <li>3. PRIKUPLJANJE PRIMARNIH PODATAKA</li> <li>4. PRIKUPLJANJE SEKUNDARNIH PODATAKA</li> <li>5. PRIMJENA METODE UZORAKA</li> <li>6. ANALIZA PRIKUPLJENIH PODATAKA</li> <li>7. MAARKETING INFORMACIONI SISTEM - MIS</li> <li>8. PREDVIĐANJA PRODAJE</li> <li>9. REZULTATI ISTRAŽIVANJA I PISANJE IZVJEŠTAJA</li> </ol>	
<b>1.4. Predmeti koji su preduvjeti polaganja</b>	1. Statistika u ekonomiji i menadžmentu	
<b>2. NAČIN IZVOĐENJA NASTAVE</b>		
<b>2.1. NAČIN IZVOĐENJA PREDAVANJA:</b> a) ex katedra 60% b) diskusija 30% c) gost predavač 10%  <p style="text-align: right;"><b>UKUPNO: 100%</b></p>	<b>2.2. NAČIN IZVOĐENJA VJEŽBI:</b> a) obrada slučaja – grupno 20 % b) obrada slučaja – individualno 30 % c) rješavanje zadataka 30 % d) diskusija 10 %  <p style="text-align: right;"><b>UKUPNO: 100%</b></p>	
<b>2.3. SISTEM OCJENJIVANJA</b>		
<b>a) OSVAJANJE BODOVA U TOKU I NA KRAJU SEMESTRA</b>  <b>1. TEST 1–prvi kolokvij(prvih 50% gradiva) - 20 BODOVA</b> <b>2. TEST 2-drugi kolokvij (drugih 50% gradiva) - 20 BODOVA</b> <b>3. TEST 3 – završni ispit (ukupno gradivo) - 20 BODOVA</b> <b>4. PREDAVANJE – PRISUSTVO - 5 BODOVA</b> <b>5. PREDAVANJE – AKTIVNO UČEŠĆE - 5 BODOVA</b> <b>6. VJEŽBE – PRISUSTVO - 5 BODOVA</b> <b>7. VJEŽBE – SEMINARSKI RAD - 10 BODOVA</b> <b>8. VJEŽBE – USMENA PREZENTACIJA DRUGE TEME - 5 BODOVA</b> <b>9. VJEŽBE – ESEJ ILI STUDIJ SLUČAJA - 10 BODOVA</b>  <p style="text-align: right;"><b>UKUPNO: 100 BODOVA</b></p>	<b>b) VISINA OCJENE PREMA BROJU OSVOJENIH BODOVA</b>  <b>5</b> ——— <b>0 do 59 bodova</b> <b>6</b> ——— <b>60 do 64 bodova</b> <b>7</b> ——— <b>65 do 74 bodova</b> <b>8</b> ——— <b>75 do 84 bodova</b> <b>9</b> ——— <b>85 do 94 bodova</b> <b>10</b> ——— <b>95 do100 bodova</b>	
* <b>STUDENT IMA PRAVO NA POPRAVNI IZ TOČKI: 1, 2, 3, 7,8 i 9 UKOLIKO JE NEZADOVOLJAN SA OSVOJENIM BODOVIMA ILI NIJE U ODREĐENOM TERMINU PRISTUPIO TESTU ILI NIJE PREDAO RAD PO TOČKAMA 7, 8 i 9</b>		
<b>3. LITERATURA:</b>		
<b>3.1. OBAVEZNA LITERATURA:</b>		
<b>1. TIHI BORIS „ISTRAŽIVANJE MARKETINGA“, Ekonomski fakultet, SARAJEVO, 2003. god., V izdanje , Dio knjige od 11 do 361 str. (bez poglavlja 14,15 i16; od str.361 do 451)</b>		
<b>3.2. DODATNA LITERATURA:</b>		
<b>1. PROFESOR ĆE NA PRVOM PREDAVANJU DATI SPISAK ŠIRE DODATNE LITERATURE</b>		

