

<b>SVEUČILIŠTE / UNIVERZITET „VITEZ“</b>		
<b>ORGANIZACIJSKA JEDINICA: FAKULTET POSLOVNE INFORMATIKE - TRAVNIK</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 zajednički za sve smjerove</b>		<b>Broj ECTS: 4</b>
<b>Ukupno opterećenje studenta 120 sati</b>		<b>Broj 14</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>1.2. Osnovni sadržaj predmeta:</b>	1. SVRHA I CILJ ISTRAŽIVANJA MARKETINGA 2. PLANIRANJE ISTRAŽIVANJA 3. PRIKUPLJANJE PRIMARNIH PODATAKA 4. PRIKUPLJANJE SEKUNDARNIH PODATAKA 5. PRIMJENA METODE UZORAKA 6. ANALIZA PRIKUPLJENIH PODATAKA 7. MAARKETING INFORMACIONI SISTEM - MIS 8. PREDVIĐANJE PRODAJE 9. REZULTATI ISTRAŽIVANJA I PISANJE IZVJEŠTAJA	
<b>1.1. Predmeti koji su preduvjeti polaganja</b>		
<b>2. NAČIN IZVOĐENJA NASTAVE</b>		
2.1. NAČIN IZVOĐENJA PREDAVANJA: a) ex katedra 60% b) diskusija 30% c) gost predavač 10%		2.2. NAČIN IZVOĐENJA VJEŽBI: a) obrada slučaja – grupno 20 % b) obrada slučaja – individualno 30 % c) rješavanje zadataka 30 % d) diskusija 10 %
<b>UKUPNO: 100%</b>		<b>UKUPNO: 100%</b>
<b>2.3. SISTEM OCJENJIVANJA</b>		
<b>a) OSVAJANJE BODOVA U TOKU I NA KRAJU SEMESTRA</b>  1. TEST 1–prvi kolokvij (prvih 50% gradiva) - 20 BODOVA 2. TEST 2–drugi kolokvij (drugih 50% gradiva) - 20 BODOVA 3. TEST 3 – završni ispit (ukupno gradivo) - 20 BODOVA 4. PREDAVANJE – PRISUSTVO - 5 BODOVA 5. PREDAVANJE – AKTIVNO UČEŠĆE - 5 BODOVA 6. VJEŽBE – PRISUSTVO - 5 BODOVA 7. VJEŽBE – SEMINARSKI RAD - 10 BODOVA 8. VJEŽBE – USMENA PREZENTACIJA DRUGE TEME - 5 BODOVA 9. VJEŽBE – ESEJ ILI STUDIJ SLUČAJA - 10 BODOVA  <b>UKUPNO: 100 BODOVA</b>		<b>b) VISINA OCJENE PREMA BROJU OSVOJENIH BODOVA</b>  5 ——— 0 do 59 bodova 6 ——— 60 do 64 bodova 7 ——— 65 do 74 bodova 8 ——— 75 do 84 bodova 9 ——— 85 do 94 bodova 10 ——— 95 do 100 bodova
<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>		
1. TIHI BORIS „ISTRAŽIVANJE MARKETINGA“, Ekonomski fakultet, SARAJEVO, 2003. god., V izdanje ili 2. MARUŠIĆ MIRA i VRANEŠEVIĆ TIHOMIR „ISTRAŽIVANJE TRŽIŠTA“, V izdanje, ZAGREB, 2001. god., ili 3. HANIĆ dr HASAN „ISTRAŽIVANJE TRŽIŠTA I MIS“, BEOGRAD, 2006.god.		