

NAZIV PREDMETA	Istraživanje marketinga					
NIVO STUDIJA	Dodiplomski					
Šifra predmeta	5.01.04.E031	Godina studija	III			
Nositelj/i predmeta	Prof. dr.sc. Darijo Jerković	Bodovna vrijednost (ECTS)	7			
Saradnici	Mr. Lejla Tatarević					
OPISPREDMETA						
CILJ PREDMETA	Upoznavanje studenata sa osnovama istraživačkog procesa i upotrebi naučnih metoda za potrebe različitih tržišnih i marketinških istraživanja					
Uslovi za upis predmeta i ulazne kompetencije potrebne za predmet	Nema					
Očekivani ishodi učenja na razini predmeta (10 ishoda)	Sposobnost planiranja i organizacije istraživačkog procesa, definiranje problema istraživanja i istraživačkih hipoteza, značaj sekundarnih podataka, potrebe za primarnim podacima, određivanje pravilnog uzorka, kodiranje podataka, poznavanje različitih metoda analize podataka, izrada izvještaja o obavljenom istraživanju, definiranje svrhe i primjene marketing informacijskog sustava, tehnike i metode predviđanja prodaje, istraživanja za potrebe investicijskih odluka, specifičnosti istraživanja na ino-tržištima,					
Sadržaj predmeta detaljno razrađen prema satnici nastave:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Uloga i značaj istraživanja marketinga (1 sat) 2. Proces istraživanja marketinga (3 sata) 3. Prikupljanje sekundarnih podataka (2 sata) 4. Prikupljanje primarnih podataka (4 sata) 5. Primjena uzorka u prikupljanju podataka (2 sata) 6. Analiza prikupljenih podataka (5 sati) 7. Izvještaj o obavljenom istraživanju (3 sata) 8. Marketing informacijski sustav (3 sata) 9. Predviđanje prodaje (3 sata) 10. Istraživanje marketinga za potrebe donošenja investicijskih odluka (3 sata) 11. Istraživanja u međunarodnom marketingu (4 sata) 					
Vrste izvođenja nastave:	In class Online	Konsultacije				
Obaveze studenta						
Praćenje rada studenata (upisati udio u ECTS bodovima za svaku aktivnost tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara	Pohađanje nastave	1,05	Istraživanje	0	Praktičan rad	0
	Eksperimentalan rad	0	Referat	0	Ostalo	0

bodovnoj vrijednosti predmeta):	Esej		Seminarski rad	1,75	Ostalo (upisati)	
	Kolokvij	2,1	Usmeni ispit	1,05	Ostalo (upisati)	
	Pismeni ispit	1,05	Projekat		Ostalo (upisati)	

Ocjenjivanje i vrjednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu	Predispitne aktivnosti				
	1. Pohadanje nastave: Prisustvo predavanjima 5 bodova.....5 % Prisustvo vježbama 5 bodova.....5 % Kontinuirani rad/Interaktivnost 5 bodova.....5 % 2. Seminarski Pismeni dio 15 bodova.....15 % Usmena prezentacija 10 bodova..... 10% 3. Kolokvij 30 bodova.....30 % Ispit 4. Pismeni /Usmeni ispit 30 bodova.....30 % UKUPNO100 %				
Obvezna literatura (dostupna u knjižnici i putem ostalih medija)	Naslov	Broj primjeraka u biblioteci	Dostupnost putem ostalih medija	Ostalo	
	Tihi, B., Rađenović, B. "ISTRAŽIVANJE MARKETINGA", prvo izdanje, Univerzitet za poslovni inženjering imenadžment, Banja Luka, 2008.	1			
	Tihi, B. "ISTRAŽIVANJE MARKETINGA", peto izmjenjeno i dopunjeno, EF,Sarajevo, 2007	1			
Dopunska literatura	Churchill, G.A.Jr., Iacobucci, D. „Marketing Research“, Eight Edition, South-Western, Ohio, 2002				
Ostalo(prema mišljenju predlagatelja)					