

SVEUČILIŠTE /UNIVERZITET „VITEZ“																				
ORGANIZACIJSKA JEDINICA: FAKULTET POSLOVNE EKONOMIJE																				
NAZIV PREDMETA: ISTRAŽIVANJE MARKETINGA		ŠIFRA 5.01.05.014																		
NIVO: dodiplomski	Godina: II	Semestar: III																		
STATUS: obavezni		Broj ECTS: 4																		
Ukupno opterećenje studenta 120 sati		R.BR: 14																		
1.CILJ PREDMETA	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.																			
1.1. Kompetencije / obrazovni ishodi	Nakon položenog predmeta studenti će znati funkciju i ulogu istraživanja marketinga što je znatno širi pojam od istraživanja tržišta																			
1.2. Savladane vještine	Studenti će ovladati metodom i tehnikama prikupljanja primarnih i sekundarnih podataka posebno metodom uzorka kao i obrađivati prikupljene podatke i iskazati rezultate istraživanja																			
1.3. Osnovni sadržaj predmeta:	<ol style="list-style-type: none"> 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 																			
1.4. Predmeti koji su preduvjeti polaganja	1. Statistika u ekonomiji i menadžmentu																			
2. NAČIN IZVOĐENJA NASTAVE																				
2.1. NAČIN IZVOĐENJA PREDAVANJA: a) ex katedra 60% b) diskusija 30% c) gost predavač 10% <p style="text-align: right;">UKUPNO: 100%</p>	2.2. NAČIN IZVOĐENJA VJEŽBI: a) obrada slučaja – grupno 20 % b) obrada slučaja – individualno 30 % c) rješavanje zadataka 30 % d) diskusija 10 % <p style="text-align: right;">UKUPNO: 100%</p>																			
2.3. SISTEM OCJENJIVANJA																				
a) OSVAJANJE BODOVA U TOKU I NA KRAJU SEMESTRA <ol style="list-style-type: none"> 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 <p style="text-align: right;">UKUPNO: 100 BODOVA</p>	b) VISINA OCJENE PREMA BROJU OSVOJENIH BODOVA <table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 10%; text-align: right;">5</td> <td style="width: 10%; border-bottom: 1px solid black;">————</td> <td style="width: 80%;">0 do 55 bodova</td> </tr> <tr> <td style="text-align: right;">6</td> <td style="border-bottom: 1px solid black;">————</td> <td>56 do 64 bodova</td> </tr> <tr> <td style="text-align: right;">7</td> <td style="border-bottom: 1px solid black;">————</td> <td>65 do 74 bodova</td> </tr> <tr> <td style="text-align: right;">8</td> <td style="border-bottom: 1px solid black;">————</td> <td>75 do 84 bodova</td> </tr> <tr> <td style="text-align: right;">9</td> <td style="border-bottom: 1px solid black;">————</td> <td>85 do 94 bodova</td> </tr> <tr> <td style="text-align: right;">10</td> <td style="border-bottom: 1px solid black;">————</td> <td>95 do 100 bodova</td> </tr> </table>		5	————	0 do 55 bodova	6	————	56 do 64 bodova	7	————	65 do 74 bodova	8	————	75 do 84 bodova	9	————	85 do 94 bodova	10	————	95 do 100 bodova
5	————	0 do 55 bodova																		
6	————	56 do 64 bodova																		
7	————	65 do 74 bodova																		
8	————	75 do 84 bodova																		
9	————	85 do 94 bodova																		
10	————	95 do 100 bodova																		
* 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																				
3. LITERATURA:																				
<ol style="list-style-type: none"> 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. 																				