

ISVU šifra	Naziv predmeta				Status predmeta	Semestar
185322	Istraživanje tržišta				Obvezni	4
Tip predmeta	Oblici nastave (ukupan broj sati u semestru)				Samostalni rad (sati)	ECTS
Stručni	P	S	V	E-učenje	45	4
	30	0	15			
Nastavnik	doc.dr.sc. Ana Mulović Trgovac					
Suradnik						
Cilj predmeta	1. Upoznavanje s teorijskim spoznajama istraživanja tržište. 2. Razumijevanje procesa, metoda i instrumenata istraživanja tržišta. 3. Primjena procesa istraživanja tržišta u praksi					
Ishodi učenja	1. Razumijevanje istraživačkih metoda, tehnika i alata za svaku pojedinu fazu upravljačkog procesa u medijskoj organizaciji. 2. Spoznaja značaja istraživanja tržišta u poslovnom odlučivanju. 3. Upoznavanje s fazama u procesu istraživanja tržišta i primjena istih u konkretnim istraživanjima. 4. Samostalno analiziranje i korištenju primarnih i sekundarnih izvora podataka. 5. Izračunati i interpretirati rezultate jednostavnih istraživanja u medijima. 6. Spoznaja specifičnih metoda istraživanja i primjena istih u ovisnosti od specifičnosti ciljeva istraživanja.					
Uvjeti za upis predmeta (odslušan ili položen kolegij) te potrebna znanja i vještine	Ne postoje uvjeti za upis predmeta					
Vrste izvođenja predmeta	Auditorne vježbe Predavanja E-učenje Samostalni zadaci				Komentari	
Obveze studenata	Sukladno Pravilniku o studijima i studiranju Sveučilišta Sjever, svibanj 2023.					
Sadržaj predmeta						
Nastavna cjelina	Oblici nastave (sati)					
	Predavanja	Seminari	Vježbe	E-učenje		
Uvodno predavanje	2		1			
Poimanje i razvoj istraživanja tržišta	2		1			
Uloga i značaj tržišnih istraživanja u poslovnom upravljanju	2		1			
Proces i projekt istraživanja tržišta	2		1			
Definiranje problema i nacrt projekta tržišnog istraživanja	2		1			
Izviđajna (explorativna) tržišna istraživanja	2		1			
Opisna (deskriptivna) tržišna istraživanja	2		1			
Uzročna (kauzalna) tržišna istraživanja	2		1			
Sekundarni podaci	2		1			
Primarni podaci	2		1			
Mjerenje i ljestvice	2		1			
Uzorci i uzorkovanje	2		1			
Prikupljanje podataka	2		1			

Analiza i interpretacija podataka te sastavljanja izvještaja	2	1	
Završna razmatranja i priprema za ispit	2	1	
Obvezna literatura	1. Materijali sa nastave 2. Vranešević, T., Tržišna istraživanja u poslovnom upravljanju, Accent, Zagreb, 2014.		
Dopunska literatura	1. Parasuraman, A., Grewal,D., Krishnan, R.; Marketing Research, Houghton Muffin., 2004. 2. Malhotra, K.N., Birks, F.D.: Marketing Research-An Applied Approach, FT Prentice Hall, 2003. 3. Churchill, G.A. Marketing Research, The Dryden Press,NY, 2001.		
Način provjere ishoda učenja	Način provjere ishoda učenja se provodi kroz kontinuiranu provjeru znanja, vježbi i analize slučaja, te pismeni ispit		
Završni / Diplomski rad	Da		