

ISVU šifra	Naziv predmeta	Status predmeta	Semestar
------------	----------------	-----------------	----------

102978	Istraživanje tržišta	Obvezni	3
--------	----------------------	---------	---

Tip predmeta	Oblici nastave (ukupan broj sati u semestru)	Samostalni rad (sati)	ECTS
--------------	--	-----------------------	------

Stručni	P S V E-učenje	120	6
	30 0 30 0		

Nastavnik	doc.dr.sc. Damira Đukec		
Suradnik	dr. sc. Dijana Vuković, v. pred. dr. sc. Slobodan Hadžić, pred.		
Cilj predmeta	1. Upoznavanje s teorijskim spoznajama istraživanja tržišta. 2. Razumijevanje procesa, metoda i instrumenata istraživanja tržišta. 3. Primjena procesa istraživanja tržišta u praksi.		
Ishodi učenja	1. Spoznaja značaja istraživanja tržišta u poslovnom odlučivanju. 2. Upoznavanje s fazama u procesu istraživanja tržišta i primjena istih u konkretnim istraživanjima. 3. Spoznaja specifičnih metoda istraživanja i primjena istih u ovisnosti od specifičnosti ciljeva istraživanja. 4. Specifičnosti istraživanja posebnih tržišnih segmenata. 5. Primjena teorijskih spoznaja i prethodnih iskustava u praksi.		
Uvjeti za upis predmeta (odslušan ili položen kolegij) te potrebna znanja i vještine	Ne		
Vrste izvođenja predmeta	Predavanja Vježbe u praktikumu Seminar i radionice Samostalni zadaci	Komentari	
Obveze studenata	Nastava 75 Zadaće i seminari 25 Ispiti i kolokviji 50 Ukupno 150		

Sadržaj predmeta

Nastavna cjelina	Oblici nastave (sati)			
	Predavanja	Seminari	Vježbe	E-učenje
1. Poimanje i razvoj istraživanja tržišta	2		2	
2. Uloga i značaj istraživanja tržišta u poslovnom odlučivanju	2		2	
3. Proces i projekt istraživanja tržišta	2		2	
4. Izviđajna (explorativna) istraživanja	2		2	
5. Opisna (deskriptivna) istraživanja	2		2	
6. Uzročna (kauzalna) istraživanja	2		2	
7. Sekundarni podaci	2		2	
8. Primarni podaci	2		2	
9. Mjerenje stavova	2		2	
10. Uzorci i uzorkovanje	2		2	
11. Prikupljanje podataka	2		2	
12. Analiza i interpretacija podataka te sastavljanje izvještaja	2		2	
13. Prezentacija projekata	2		2	
14. Prezentacija projekata	2		2	
15. Završna razmatranja i priprema za ispit	2		2	

Obvezna literatura	1. 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	Aktivno sudjelovanje u nastavi 10 bodova Seminarski rad 15 bodova Pismeni ispit 50 bodova Grupni zadatak 25 bodova Ukupno 100 bodova
Završni / Diplomski rad	Da