

**Ekonomski fakultet / Menadžment Podgorica (model studija 3+2) / ISTRAŽIVANJE
MARKETINGA**

Naziv predmeta:	ISTRAŽIVANJE MARKETINGA			
Šifra predmeta	Status predmeta	Semestar	Broj ECTS kredita	Fond časova (P+V+L)
71	Obavezan	5	6	2+2+0
Studijski programi za koje se organizuje	Menadžment Podgorica (model studija 3+2)			
Uslovljenost drugim predmetima	Nema			
Ciljevi izučavanja predmeta	Da studenti ovladaju znanjima o procesu marketing istraživanja u savremenim uslovima poslovanja, da steknu vještine o modalitetima marketinškog istraživanja i prepoznaju njegovu ulogu u procesu donošenja odluka			
Ishodi učenja	Nakon završetka ovog kursa, student će: • pokazati znanje i razumijevanje suštine savremenog marketinškog istraživanja; • biti u mogućnosti da primjeni stečeno znanje o procesu marketinškog istraživanja; • razvije sposobnost da adekvatno komunicira i procjenjuje kada se može i treba koristiti marketinško istraživanje; • steći kompetencije da obavlja jasnu i razumljivu interpretaciju odgovarajućeg istraživačkog problema; • biti osposobljen da pripremi nacrt sprovedena marketinškog istraživanja; • steći razumijevanje za različite aspekte prikupljanja podataka i njihovu primjenu u praksi; • proširiti razumijevanje o primjeni osnovnih tehnika u marketinškim istraživanjima.			
Ime i prezime nastavnika i saradnika	Docent dr Milena Lipovina Božović, mr Milan Raičević			
Metod nastave i savladanja gradiva	Predavanja, vježbe, studije slučaja, eseji, praktični rad, debate, diskusije, konsultacije.			
Plan i program rada				
Pripremne nedjelje	Priprema i upis semestra			
I nedjelja, pred.	Osnovne postavke i principi marketinga			
I nedjelja, vježbe	Osnovne postavke i principi marketinga			
II nedjelja, pred.	Savremene promjene u marketingu: uloga i značaj marketinškog istraživanja			
II nedjelja, vježbe	Savremene promjene u marketingu: uloga i značaj marketinškog istraživanja			
III nedjelja, pred.	Marketinško istraživanje u teoriji i praksi			
III nedjelja, vježbe	Marketinško istraživanje u teoriji i praksi			
IV nedjelja, pred.	Proces marketinškog istraživanja			
IV nedjelja, vježbe	Proces marketinškog istraživanja			
V nedjelja, pred.	Dizajn i implementacija istraživanja			
V nedjelja, vježbe	Dizajn i implementacija istraživanja			
VI nedjelja, pred.	Sekundarna i eksplorativna istraživanja: izvori marketinških podataka			
VI nedjelja, vježbe	Sekundarna i eksplorativna istraživanja: izvori marketinških podataka			
VII nedjelja, pred.	Sekundarna i eksplorativna istraživanja: prikupljanje informacija			
VII nedjelja, vježbe	Sekundarna i eksplorativna istraživanja: prikupljanje informacija			
VIII nedjelja, pred.	Kvalitativne i opservacione metode			
VIII nedjelja, vježbe	Kvalitativne i opservacione metode			
IX nedjelja, pred.	Deskriptivna istraživanja: problemi pri prikupljanju podataka; anketni metod			
IX nedjelja, vježbe	Deskriptivna istraživanja: problemi pri prikupljanju podataka; anketni metod			
X nedjelja, pred.	Deskriptivna istraživanja: mjerenje stavova i dizajniranje upitnika			
X nedjelja, vježbe	Deskriptivna istraživanja: mjerenje stavova i dizajniranje upitnika			
XI nedjelja, pred.	Uzročna istraživanja: izvođenje eksperimenta;			
XI nedjelja, vježbe	Uzročna istraživanja: izvođenje eksperimenta;			
XII nedjelja, pred.	Uzorak: osnovni principi			
XII nedjelja, vježbe	Kolokvijum			

XIII nedjelja, pred.	Analiza podataka u marketinškim istraživanjima: osnovni koncepti					
XIII nedjelja, vježbe	Analiza podataka u marketinškim istraživanjima: testiranje hipoteza					
XIV nedjelja, pred.	Popravni kolokvijum					
XIV nedjelja, vježbe	Analiza studija slučaja					
XV nedjelja, pred.	Savremene primjene marketinškog istraživanja					
XV nedjelja, vježbe	Prezentacija istraživačkih radova					
Opterećenje studenta	Nedjeljno 6 kredita x 40/30 = 8 sati Struktura: 1 sat i 30 minuta za predavanja 1 sat i 30 minuta za vježbe 5 sati samostalnog rada studenta, uključujući i konsultacije. U semestru Ukupno opterećenje za predmet 6 x 30 = 180 sati Struktura: Nastava i završni ispit: 8 sati x 16 nedjelja= 128 sati Neophodne pripreme prije početka semestra (administracija, upis, ovjera): 8 sati x 2 = 16 sati Dopunski rad za pripremu i polaganje ispita u popravnom roku: 36 sati					
Nedjeljno			U toku semestra			
6 kredita x 40/30=8 sati i 0 minuta 2 sat(a) teorijskog predavanja 0 sat(a) praktičnog predavanja 2 vježbi 4 sat(a) i 0 minuta samostalnog rada, uključujući i konsultacije			Nastava i završni ispit: 8 sati i 0 minuta x 16 =128 sati i 0 minuta Neophodna priprema prije početka semestra (administracija, upis, ovjera): 8 sati i 0 minuta x 2 =16 sati i 0 minuta Ukupno opterećenje za predmet: 6 x 30=180 sati Dopunski rad za pripremu ispita u popravnom ispitnom roku, uključujući i polaganje popravnog ispita od 0 do 30 sati (preostalo vrijeme od prve dvije stavke do ukupnog opterećenja za predmet) 36 sati i 0 minuta Struktura opterećenja: 128 sati i 0 minuta (nastava), 16 sati i 0 minuta (priprema), 36 sati i 0 minuta (dopunski rad)			
Obaveze studenta u toku nastave			Studenti su u obavezi da redovno prisustvuju nastavi i rade planirane aktivnosti.			
Konsultacije			U utvrđenom terminu			
Literatura			Aaker, D. et al., Marketinško istraživanje (prevod), Ekonomski fakultet Beograd, 2018 Hanić, Hasan, Istraživanje marketinga i MIS, Ekonomski fakultet Beograd, 2006			
Oblici provjere znanja i ocjenjivanje			- Kolokvijum - 25 poena - Istraživački rad - 20 poena - Aktivnost u toku semestra - 5 poena - Završni ispit - 50 poena			
Posebne naznake za predmet			/			
Napomena			/			
Ocjena:	F	E	D	C	B	A
Broj poena	manje od 50 poena	više ili jednako 50 poena i manje od 60 poena	više ili jednako 60 poena i manje od 70 poena	više ili jednako 70 poena i manje od 80 poena	više ili jednako 80 poena i manje od 90 poena	više ili jednako 90 poena