

Ekonomski fakultet / Studije menadžmenta, smjer Finansije i računovodstvo / ISTRAŽIVANJE MARKETINGA

Naziv predmeta:	ISTRAŽIVANJE MARKETINGA			
Šifra predmeta	Status predmeta	Semestar	Broj ECTS kredita	Fond časova (P+V+L)
71				
Studijski programi za koje se organizuje	Studije menadžmenta, smjer Finansije i računovodstvo			
Uslovljenost drugim predmetima				
Ciljevi izučavanja predmeta	Teorijska i praktična znanja iz problematike Marketing istraživanja			
Ishodi učenja	Po završetku ovog predmeta, student će biti osposobljen da: Izvrši rekapitulaciju i produbi znanja iz osnova marketinga. Definiše i razlikuje komponente marketing okruženja. Razvije i praktično proces marketing istraživanja po pojedinim fazama. Samostalno izradi Case Study iz oblasti istraživanja marketinga.			
Ime i prezime nastavnika i saradnika	Predmetni nastavnik: Prof. dr Božo Mihailović, redovni profesor Predmetni saradnik: Mr Vladimir Đurišić			
Metod nastave i savladanja gradiva	Predavanja, vježbe, Studije slučajeva			
Plan i program rada				
Pripremne nedjelje	Priprema i upis semestra			
I nedjelja, pred.	Marketing kao poslovna filozofija; Masovni Marketing; Marketing i biznis preduzeća			
I nedjelja, vježbe	Marketing kao poslovna filozofija; Masovni Marketing; Marketing i biznis preduzeća			
II nedjelja, pred.	Nova era marketinga. Savremene promjene. Partnerski marketing (CRM)			
II nedjelja, vježbe	Nova era marketinga. Savremene promjene. Partnerski marketing (CRM)			
III nedjelja, pred.	Osnovne postavke istraživanja marketinga/ Interpretacija grafika			
III nedjelja, vježbe	Osnovne postavke istraživanja marketinga/ Interpretacija grafika			
IV nedjelja, pred.	Uloga marketing istraživanja u procesu odlučivanja / Poslovno odlučivanje-primjer			
IV nedjelja, vježbe	Uloga marketing istraživanja u procesu odlučivanja / Poslovno odlučivanje-primjer			
V nedjelja, pred.	Odnos MIS-a i marketing istraživanja. Analiza primjera			
V nedjelja, vježbe	Odnos MIS-a i marketing istraživanja. Analiza primjera			
VI nedjelja, pred.	Ponašanje potrošača/ Studija slučaja			
VI nedjelja, vježbe	Ponašanje potrošača/ Studija slučaja			
VII nedjelja, pred.	Analiza tržišta i predviđanje prodaje.			
VII nedjelja, vježbe	Analiza tržišta i predviđanje prodaje.			
VIII nedjelja, pred.	I kolokvijum			
VIII nedjelja, vježbe	I kolokvijum			
IX nedjelja, pred.	Proces marketing istraživanja. Preliminarna faza. Definisanje problema i analiza situacije /Objašnjenje situacije za istraživanje			
IX nedjelja, vježbe	Proces marketing istraživanja. Preliminarna faza. Definisanje problema i analiza situacije /Objašnjenje situacije za istraživanje			
X nedjelja, pred.	Problem prikupljanja podataka/ Primjer			
X nedjelja, vježbe	Problem prikupljanja podataka/ Primjer			
XI nedjelja, pred.	Prikupljanje primarnih podataka - metode/ Demonstracija metoda			
XI nedjelja, vježbe	Prikupljanje primarnih podataka - metode/ Demonstracija metoda			
XII nedjelja, pred.	Analiza i intetrpretacija podataka/ Demonstracija slučaja			
XII nedjelja, vježbe	Analiza i intetrpretacija podataka/ Demonstracija slučaja			
XIII nedjelja, pred.	Prezentovanje Izvještaja o istraživanju			

XIII nedjelja, vježbe	Prezentovanje Izvještaja o istraživanju					
XIV nedjelja, pred.	Specifičnosti međunarodnog marketing istraživanja					
XIV nedjelja, vježbe	Specifičnosti međunarodnog marketing istraživanja					
XV nedjelja, pred.	II Kolokvijum					
XV nedjelja, vježbe	II Kolokvijum					
Opterećenje studenta	nedjeljno 6 kredita $\times 40/30 = 8$ sati Struktura: Predavanja: 2 sata Vježbe: 2 sata Individualni rad studenta: 4 sata. u semestru Ukupno opterećenje za predmet: 6 kreditax30 = 180 sati Struktura: Nastava i završni ispit: 16 nedjelja $\times 8$ sati = 128 sata Neophodne pripreme prije početka semestra (administracija, upis, ovjera): 2 nedjelje $\times 8$ sati=16 sata Dopunski rad za pripremu i polaganje ispita u popravnom roku: 36 sata					
Nedjeljno	U toku semestra					
kredita $\times 40/30 = 0$ sati i 0 minuta 0 sat(a) teorijskog predavanja 0 sat(a) praktičnog predavanja 0 vježbi 0 sat(a) i 0 minuta samostalnog rada, uključujući i konsultacije	Nastava i završni ispit: 0 sati i 0 minuta $\times 16 = 0$ sati i 0 minuta Neophodna priprema prije početka semestra (administracija, upis, ovjera): 0 sati i 0 minuta $\times 2 = 0$ sati i 0 minuta Ukupno opterećenje za predmet: $\times 30 = 0$ 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) 0 sati i 0 minuta Struktura opterećenja: 0 sati i 0 minuta (nastava), 0 sati i 0 minuta (priprema), 0 sati i 0 minuta (dopunski rad)					
Obaveze studenta u toku nastave	Dva kolokvijuma i Model marketing istraživanja-praktičan rad					
Konsultacije	Poslije časova i u dogovoru sa profesorom (asistentom).					
Literatura	Prof. dr Božo Mihailović: Istraživanje marketinga, CPI, Podgorica, 2010.					
Oblici provjere znanja i ocjenjivanje	Kolokvijumi(I test- 30; II test- 30), Učešće u raspravama na času(10), Praktičan primjer,Završni ispit (30)					
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