

**ECTS KATALOG SA ISHODIMA UČENJA**  
**Univerzitet Crne Gore**

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

|   |  |                 |                          |                            |
|---|--|-----------------|--------------------------|----------------------------|
| <b>Naziv predmeta:</b>                          | ISTRAŽIVANJE MARKETINGA  |                 |                          |                            |
| <b>Šifra predmeta</b>                           | <b>Status predmeta</b>   | <b>Semestar</b> | <b>Broj ECTS kredita</b> | <b>Fond časova (P+V+L)</b> |
| 71  | Obavezan   | 5               | 6                        | 2+2+0                      |
| <b>Studijski programi za koje se organizuje</b> | Menadžment Bijelo Polje (model studija 3+2)  |                 |                          |                            |
| <b>Uslovljenost drugim predmetima</b>           | Nema   |                 |                          |                            |
| <b>Ciljevi izučavanja predmeta</b>              | 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   |                 |                          |                            |
| <b>Ishodi učenja</b>                            | <p>Nakon završetka ovog kursa, student će:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• pokazati znanje i razumijevanje suštine savremenog marketinškog istraživanja;</li> <li>• biti u mogućnosti da primjeni stečeno znanje o procesu marketinškog istraživanja;</li> <li>• razvije sposobnost da adekvatno komunicira i procjenjuje kada se može i treba koristiti marketinško istraživanje;</li> <li>• steći kompetencije da obavlja jasnu i razumljivu interpretaciju odgovarajućeg istraživačkog problema;</li> <li>• biti osposobljen da pripremi nacrt sprovedena marketinškog istraživanja;</li> <li>• steći razumijevanje za različite aspekte prikupljanja podataka i njihovu primjenu u praksi;</li> <li>• proširiti razumijevanje o primjeni osnovnih tehnika u marketinškim istraživanjima.</li> </ul> |                 |                          |                            |
| <b>Ime i prezime nastavnika i saradnika</b>     | Docent dr Milena Lipovina Božović, mr Milan Raičević   |                 |                          |                            |
| <b>Metod nastave i savladanja gradiva</b>       | Predavanja, vježbe, studije slučaja, eseji, praktični rad, debate, diskusije, konsultacije.  |                 |                          |                            |
| <b>Plan i program rada</b>                      |  |                 |                          |                            |
| Pripreme 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   |                 |                          |                            |

**ECTS KATALOG SA ISHODIMA UČENJA**  
**Univerzitet Crne Gore**

|  |   |   |   |   |   |                           |
|--|---|---|---|---|---|---------------------------|
| 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   |   |   |   |   |                           |
| <b>Opterećenje studenta</b>  | 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  |   |   |   |   |                           |
| <b>Nedjeljno</b>   | <b>U toku semestra</b>  |   |   |   |   |                           |
| <b>6 kredita x 40/30=8 sati i 0 minuta</b><br>2 sat(a) teorijskog predavanja<br>0 sat(a) praktičnog predavanja<br>2 vježbi<br><b>4 sat(a) i 0 minuta</b><br>samostalnog rada, uključujući i konsultacije | Nastava i završni ispit:<br><b>8 sati i 0 minuta x 16 =128 sati i 0 minuta</b><br>Neophodna priprema prije početka semestra (administracija, upis, ovjera):<br><b>8 sati i 0 minuta x 2 =16 sati i 0 minuta</b><br>Ukupno opterećenje za predmet:<br><b>6 x 30=180 sati</b><br>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)<br><b>36 sati i 0 minuta</b><br>Struktura opterećenja: <b>128 sati i 0 minuta (nastava), 16 sati i 0 minuta (priprema), 36 sati i 0 minuta (dopunski rad)</b> |   |   |   |   |                           |
| <b>Obaveze studenta u toku nastave</b>   | Studenti su u obavezi da redovno prisustvuju nastavi i rade planirane aktivnosti.   |   |   |   |   |                           |
| <b>Konsultacije</b>  | U utvrđenom terminu   |   |   |   |   |                           |
| <b>Literatura</b>  | Aaker, D. et al., Marketinško istraživanje (prevod), Ekonomski fakultet Beograd, 2018 Hanić, Hasan, Istraživanje marketinga i MIS, Ekonomski fakultet Beograd, 2006   |   |   |   |   |                           |
| <b>Oblici provjere znanja i ocjenjivanje</b>   | - Kolokvijum - 25 poena - Istraživački rad - 20 poena - Aktivnost u toku semestra - 5 poena - Završni ispit - 50 poena  |   |   |   |   |                           |
| <b>Posebne naznake za predmet</b>  | /   |   |   |   |   |                           |
| <b>Napomena</b>  | /   |   |   |   |   |                           |
| <b>Ocjena:</b>   | F   | E   | D   | C   | B   | A                         |
| <b>Broj poena</b>  | 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 |