

|  |  |  |   |   |   |                      |
|--|--|--|---|---|---|----------------------|
|   | <b>УНИВЕРЗИТЕТ У ИСТОЧНОМ САРАЈЕВУ</b>   |  |   |  |   |                      |
|  | Факултет за производњу и менаџмент Требиње   |  |   |   |   |                      |
|  | Студијски програм: Индустијски менаџмент   |  |   |   |   |                      |
|  | I циклус студија   |  | IV година студија   |   |   |                      |
| <b>Пун назив предмета</b>  | ИСТРАЖИВАЊЕ ТРЖИШТА  |  |   |   |   |                      |
| <b>Катедра</b>   | Катедра за менаџмент у индустрији – Факултет за производњу и менаџмент Требиње   |  |   |   |   |                      |
| <b>Шифра предмета</b>  | <b>Статус предмета</b>   |  | <b>Семестар</b>   | <b>ECTS</b>   |   |                      |
| IM-24-2-153-8  | Изборни  |  | VIII  | 5   |   |                      |
| <b>Наставник/ -ци</b>  |  |  |   |   |   |                      |
| <b>Сарадник/ -ци</b>   |  |  |   |   |   |                      |
| <b>Фонд часова/ наставно оптерећење (седмично)</b>                                 |  | <b>Индивидуално оптерећење студента (у сатима семестрално)</b> |   |   | <b>Коефицијент студентског оптерећења S<sub>0</sub></b> |                      |
| <b>П</b>   | <b>АВ</b>  | <b>ЛВ</b>  | <b>П</b>  | <b>АВ</b>   | <b>ЛВ</b>   | <b>S<sub>0</sub></b> |
| 2  | 2  | 0  | 2*15*1,4 = 42   | 2*15*1,4 = 42   | 0*15*1,4 = 0  | 1,4                  |
| укупно наставно оптерећење (у сатима, семестрално)<br>2*15 + 2*15 + 0*15 = 60      |  |  | укупно студентско оптерећење (у сатима, семестрално)<br>2*15*1,4 + 2*15*1,4 + 0*15*1,4 = 84 |   |   |                      |
| Укупно оптерећење предмета (наставно + студентско): 60 + 84 = 144 сати семестрално |  |  |   |   |   |                      |
| <b>Исходи учења</b>  | Савладавањем овог предмета студент ће бити оспособљен да:<br>1. на основу стеченог знања поседује способност аналитичком приступу маркетинга,<br>2. прикупља информације које служе менаџерима као подршка у истраживању,<br>3. користи методологије истраживања и специфичне методе које се користе у маркетингу,<br>4. самостално преноси садашње и будуће захтјеве купаца/потрошача производа и услуга, у циљу правовременог доношења одлука у оквиру маркетинг функције и управљање целокупним пословним системом.   |  |   |   |   |                      |
| <b>Условљеност</b>   | Нема условљености.   |  |   |   |   |                      |
| <b>Наставне методе</b>   | Предавања, вјежбе, семинарска настава, писани радови, анализе случајева, индивидуални рад.   |  |   |   |   |                      |
| <b>Садржај предмета по седмицама</b>   | 1. Појам и дефиниција истраживања тржишта.<br>2. Улога и значење истраживања тржишта у пословном одлучивању.<br>3. Научна метода и етика у истраживању тржишта.<br>4. Процес истраживања тржишта и пројект истраживања. Дефинисање проблема и циљева истраживања.<br>5. Врсте истраживања: примјена извиђајних и описних истраживања.<br>6. Секундарни подаци.<br>7. Примарни подаци (метода посматрања, метода испитивања).<br>8. Мјерење ставова.<br>9. Љествице за мјерење појава и љествице за мјерење ставова.<br>10. Узорци и узорковање.<br>11. Састављање инструмената истраживања.<br>12. Прикупљање података, анализа података и интерпретација.<br>13. Резултати истраживања и састављање извјештаја.<br>14. Предвиђање продаје и прединвестициона истраживања.<br>15. Утицај нове економије и нових технологија на истраживање маркетинга. |  |   |   |   |                      |
| <b>Обавезна литература</b>   |  |  |   |   |   |                      |
| <b>Аутор/ и</b>  | <b>Назив публикације, издавач</b>  |  |   | <b>Година</b>   | <b>Странице (од-до)</b>                                 |                      |
| Иванковић, Р.  | Управљање маркетингом, Економски факултет, Источно Сарајево  |  |   | 2005.   |   |                      |
| Ханић, Х.  | Истраживање тржишта, Економски факултет, Београд   |  |   | 1995.   |   |                      |
| <b>Допунска литература</b>   |  |  |   |   |   |                      |
| <b>Аутор/ и</b>  | <b>Назив публикације, издавач</b>  |  |   | <b>Година</b>   | <b>Странице (од-до)</b>                                 |                      |
| McDaniel C., Gates R.  | Marketing research with SPSS, McGrawHill, New York   |  |   | 2006.   |   |                      |
| Laudon K-Traver C  | E-commerce, Addison Wesley   |  |   | 2003.   |   |                      |
| <b>Обавезе, облици провјере знања и оцењивање</b>                                  | <b>Врста евалуације рада студента</b>  |  |   | <b>Бодови</b>   | <b>Процент</b>  |                      |
|  | Предиспитне обавезе  |  |   |   |   |                      |
|  | позитивно оцењен семинарски рад  |  |   | 20  | 20 %  |                      |
|  | први колоквијум  |  |   | 20  | 20 %  |                      |
| други колоквијум   |  |  | 20  | 20 %  |   |                      |

|                     |   |                                 |     |       |
|---------------------|---|---------------------------------|-----|-------|
|                     | Завршни испит   |                                 |     |       |
|                     |   | завршни испит (усмени/ писмени) | 40  | 40 %  |
|                     | УКУПНО  |                                 | 100 | 100 % |
| <b>Веб страница</b> | <a href="http://fpmtrebinje.com/wp/wp-content/uploads/2016/11/11_5_IM_Istrazivanje_trzista.pdf">http://fpmtrebinje.com/wp/wp-content/uploads/2016/11/11_5_IM_Istrazivanje_trzista.pdf</a> |                                 |     |       |
| <b>Датум овјере</b> | 11.10.2016. - XXIX сједница Вијећа Факултета за производњу и менаџмент Требиње  |                                 |     |       |