

		УНИВЕРЗИТЕТ У ИСТОЧНОМ САРАЈЕВУ					
		Факултет за производњу и менаџмент Требиње					
		Студијски програм: Индустрijско инжењерство за енергетику					
		I циклус студија		IV година студија			
Пун назив предмета		ИСТРАЖИВАЊЕ ТРЖИШТА И ПОНАШАЊЕ ПОТРОШАЧА					
Катедра		Катедра за менаџмент у индустрији – Факултет за производњу и менаџмент Требиње					
Шифра предмета		Статус предмета		Семестар		ECTS	
ЕН-23-1-103-7		Обавезан		VII		5	
Наставник/ -ци		др Мирјана Миљановић, ванредни професор					
Сарадник/ - ци		ма Мирјана Јокановић Ђајић, виши асистент					
Фонд часова/ наставно оптерећење (седмично)			Индивидуално оптерећење студента (у сатима семестрално)			Коефицијент студентског оптерећења S ₀	
П	АВ	ЛВ	П	АВ	ЛВ	S ₀	
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) 2*15 + 2*15 + 0*15 = 60			укупно студентско оптерећење (у сатима, семестрално) 2*15*1,4 + 2*15*1,4 + 0*15*1,4 = 84				
Укупно оптерећење предмета (наставно + студентско): 60 + 84 = 144 сати семестрално							
Исходи учења		Савладавањем овог предмета студент ће бити оспособљен да: 1. самостално креира и спроводи истраживање тржишта – користи методе прикупљања података, 2. ефективно и ефикасно анализира и тумачи податке – користи кластер анализу, 3. креира вриједности и задовољства потрошача, 4. разумије понашање потрошача у циљу постизања пословног успјеха.					
Условљеност		Нема условљености.					
Наставне методе		Предавања, студије случајева, креативне радионице, вјежбе.					
Садржај предмета по седмицама		1. Истраживање тржишта. 2. Врсте истраживања тржишта. 3. Маркетинг информациони систем у функцији истраживања тржишта. 4. Примјена узорка у истраживању тржишта. 5. Тестирање статистичке хипотезе. 6. Анализа варијансе. 7. Улога планирања експеримента у истраживању тржишта. 8. Регресиона и корелациона анализа у истраживању тржишта. 9. Основни појмови о понашању потрошача. 10. Истраживање потрошача. 11. Понашање потрошача у куповини и сегментација. 12. Креирање вриједности и задовољство потрошача. 13. Маркетинг односа са потрошачима. 14. Пословна тржишта и пословни потрошачи. 15. Примјери из праксе.					
Обавезна литература							
Аутор/ и		Назив публикације, издавач			Година	Странице (од-до)	
Унковић, И.		Истраживање тржишта, Универзитет у Источном Сарајеву, Факултет за производњу и менаџмент Требиње, Требиње			2019.		
Живковић, Р.		Понашање потрошача у куповини, Универзитет Сингидунум, Београд			2011.		
K Neresh. Malhotra		Marketing research an applied orientation 5th edition, Pearson Education.			2006.		
Допунска литература							
Аутор/ и		Назив публикације, издавач			Година	Странице (од-до)	
Обавезе, облици провјере знања и оцјењивање		Врста евалуације рада студента			Бодови	Проценат	
		Предиспитне обавезе					
		присуство предавањима/ вјежбама			5	5 %	
		пројектни задатак			15	15 %	
		први колоквијум			20	20 %	
		други колоквијум			20	20 %	
		Завршни испит					
завршни испит (усмени/ писмени)			40	40 %			
УКУПНО				100	100 %		

Web страница	http://fpmtrebinje.com/wp/wp-content/uploads/2016/11/4_EH_Istrazivanje_trzista_i_ponasanje_potrosaca.pdf
Датум овјере	14.09.2022. - V. сједница Наставно-научног Вијећа Факултета за производњу и менаџмент Требиње