

**Табела 5.2. Спецификација предмета**

<b>Студијски програм :</b> Економија			
<b>Назив предмета:</b> Маркетинг истраживање			
<b>Наставник/наставници:</b> Ненад Ђокић, Сабољч Пронаи			
<b>Статус предмета:</b> Обавезан на модулу Маркетинг и изборни на модулима Менаџмент и бизнис, Трговински маркетинг и менаџмент и Финансијски и банкарски менаџмент.			
<b>Број ЕСПБ:</b> 6			
<b>Услов:</b> -			
<b>Циљ предмета</b> Циљ предмета је да укаже на круцијалну улогу реализације маркетинг истраживања као основе диференцирања компанија оријентисаних ка тржишту у односу на интерно оријентисане, прикаже спровођење маркетинг истраживања у контексту преосталих фаза у процесу управљања маркетингом у компанији, обезбеди разумевање теоријских поставки и стицање вештина за реализацију маркетинг истраживања и омогући интерпретацију резултата на нивоу захтеваном од менаџмента компанија.			
<b>Исход предмета</b> Полазник ће стећи одговарајућа теоријска знања, као и вештине које се односе на реализацију маркетинг истраживања са циљем доношења маркетинг менаџмент одлука компанија.			
<b>Садржај предмета</b> <i>Теоријска настава</i> Савремене тенденције у маркетинг истраживању, Истраживање макро и микро окружења компанија, Сегментација тржишта, таргетирање и позиционирање, Процес маркетинг истраживања, Информације маркетинг истраживања у функцији појединих инструмената маркетинга, Међународна маркетинг истраживања, Етика у маркетинг истраживању  <i>Практична настава</i> - Дизајн истраживања (одређивање предмета истраживања, циљева, хипотеза, креирање плана трошкова и кадрова, одабир одговарајућих метода и техника маркетинг истраживања) - Спровођење теренског истраживања - Обрада података (разликовање типова варијабли, одабир одговарајућих статистичких тестова, коришћење одговарајућих статистичких пакета) - Интерпретација добијених резултата (у оквиру разумевања маркетинг истраживања као фазе процеса управљања маркетингом, првенствено у контексту елемената стратегијског и тактичког маркетинга).			
<b>Литература</b> Салаи, С., и Божидаревић, Д. (2013). Маркетинг истраживање. Економски факултет: Суботица			
<b>Број часова активне наставе</b>	<b>Теоријска настава: 30</b>	<b>Практична настава: 30</b>	
<b>Методe извођења наставе</b> Предавања, вежбе, консултације, дискусије, коришћење одговарајућих софтверских алата			
<b>Оцена знања (максимални број поена 100)</b>			
<b>Предиспитне обавезе</b>	поена	<b>Завршни испит</b>	поена
активност у току предавања	5	писмени испит	
практична настава		усмени испт	30
колоквијум-и (2)	50 (2*25)	.....	
семинари (1)	15 (1*15)		
Начин провере знања могу бити различити наведено у табели су само неке опције: (писмени испити, усмени испт, презентација пројекта, семинари итд.....			
*максимална дужна 2 странице А4 формата			

