

<b>Nastavni program za predmet:</b>	<b>MARKETING ISTRAŽIVANJA</b>
<b>Odsek – smer:</b>	<b>Marketing i trgovina – Marketing</b>
<b>Ciljevi predmeta:</b>	<i>Sticanje znanja studenata iz oblasti metoda i tehnika istraživanja marketinga kao i izgradnje celovitog marketing informacionog sistema preduzeća, bez čega nema donošenja relevantnih poslovnih odluka.</i>
<b>Programski sadržaj:</b>	<p><i>POIMANJE, DEFINISANJE I POSTUPAK MARKETING ISTRAŽIVANJA:</i>  Uloga, pojam i značaj marketing istraživanja i marketing informacionog sistema. Funkcije marketing istraživanja. Marketing informacije i donošenje marketing odluka. Projektovanje, istraživanja i selekcija izvora. Informacija prikupljanje i analiza podataka. Izveštaj o istraživanju i preporuke.</p> <p><i>METODOLOŠKI ASPEKTI MARKETING ISTRAŽIVANJA - PODRUČJA MARKETING ISTRAŽIVANJA I KONTROLA MARKETING AKTIVNOSTI:</i>  Izvori podataka za marketing istraživanja (primarni i sekundarni podaci, survey Research i paneli, eksperimentalna metoda, analiza podataka). Problem merenja u marketing istraživanjima. Projektovanje upitnika. Merenje stavova, percepcija i preferencija. Dubinski intervju, projektivne tehnike, posmatranje i psihološko merenje. Uzorkovanje (pojam i značaj uzorka, određivanje veličine uzorka, vrste uzorka). Izveštaj po obavljenom marketing istraživanju. Upravljanje marketing istraživanjem (uloga menadžera i marketing istraživača, troškovi i budžetiranje marketing istraživanja, organizacija marketing istraživanja). Istraživanje ponašanja kupaca. Istraživanje tražnje i predviđanje tržišta i prodaje. Istraživanje proizvoda i cena. Istraživanje za poslove donošenja odluka o kanalima distribucije. Istraživanje za potrebe promotivne strategije. Definisanje kontrole marketing aktivnosti i neke njene karakteristike. Vrste kontrole marketing aktivnosti.</p> <p><i>MARKETING INFORMACIONI SISTEM I PROJEKTOVANJE MARKETING INFORMACIONIH SISTEMA:</i>  Uvod u sistem-analizu. Menadžment i informacioni sistemi. Kompjuterski hardver (hardware) i softver (software). Fajl (file) koncept i baze podataka. Komunikacioni sistemi. Operativni, strateški i taktički marketing i informacioni sistemi. Kompjuterski softveri za marketing odlučivanje. Pravila izrade marketing informacija. Karakteristike dobrog i lošeg marketing informacionog sistema. Praktičan primer marketing informacionog sistema. Marketing informacije za potrebe marketing planiranja i marketing kontrole</p>
<b>Oblici nastave:</b>	<i>Predavanja, praktične vežbe, analize studija slučajeva</i>
<b>Obaveze studenata:</b>	<i>Kolokvijumi</i>
<b>Način provere znanja:</b>	<i>Usmeni ispit</i>
<b>Literatura:</b>	