

Студијски програм: Пословна економија и финансије-студије на даљину			
Назив предмета: Маркетинг истраживање			
Наставник: Драган С. Илић			
Статус предмета: Изборни			
Број ЕСПБ: 7			
Услов:37+37 ЕСПБ			
Циљ предмета			
Основни циљ предмета је да студенти стекну детаљна сазнања о процесу истраживања тржишта, односно маркетиншких истраживања, и његовој примени у пракси, у свакодневном пословању. Крајњи циљ овог предмета је да студенти стекну способност да самостално приђу проблемима маркетиншких истраживања, као и да раде у тимовима који спроводе или користе ова истраживања.			
Исход предмета			
Студент ће након положеног испита бити способан да:			
- Дефинише и именује основне појмове и релације у маркетинг истраживању			
- Објасни, опише основе појмове и релације у маркетинг истраживању			
- Прикаже, илуструје и протумачи кретања на тржишту и направи избор одговарајуће маркетинг стратегије			
- Упореди, класификује и повеже резултате маркетинг истраживања			
- Предложи решења проблема из домена дигиталног маркетинг истраживања.			
Садржај предмета			
Теоријска настава			
- Детерминанте настанка и функционисања маркетинг истраживања;			
- Појам и дефиниција маркетинг истраживања;			
- Улога и значај маркетинг истраживања;			
- Развој маркетинг истраживања;			
- Предмет маркетинг истраживања;			
- Нивои, задаци и циљеви маркетинг истраживања;			
- Маркетинг информациони систем;			
- Дефинисања проблема маркетинг истраживања;			
- Програмирање активности истраживања;			
- Одређивање метода за прибављање података и информација;			
- Дефинисање основног скупа и узорка истраживања;			
- Анализа, интерпретација и прогнозирање;			
- Састављање извештаја и презентација резултата;			
- Модели понашања потрошача;			
- Информације маркетинг истраживања у функцији инструмената маркетинг микса;			
- Дигитална маркетинг истраживање глобалног тржишта.			
Практична настава: Вежбе			
Обрада пословних примера, спровођење конкретних истраживања тржишта и анализа резултата.			
Литература			
а) основна:			
Грубор, А., Ђокић, Н. и др., <i>Маркетинг истраживање</i> , Универзитет у Новом Саду, Економски Факултет у Суботици, Суботица, 2021.			
D'Alessandro, S., Winzar, H., Lowe, B. and others, <i>Marketing Research</i> , Cengage Learning; 5th edition, Boston, USA, 2020.			
б) допунска:			
Birks, D., Malhotra, N., <i>Marketing research: Applied Insight</i> , Pearson, 6th edition, New York, USA, 2021.			
Број часова активне наставе		Теоријска настава:2x15=30	Практична настава:3x15=45
Методе извођења наставе			
Примена мултимедијалне (видео презентације, видео конференције), интерактивне (дискусије и размена порука и коментара), и других метода и облика извођења наставе подржане одговарајућом хардверском и софтверском техником. Метод рада који се користи током наставе је: интерактивни (дијалогски) двосмерна комуникација путем електронске поште, дискусионих форума и дискусије у реалном времену путем причаонице; монолошки – текстуални или аудио материјал објављен на интернету; метод демонстрација – аудио визуелним путем			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	поена	Завршни испит	поена
активност у току предавања	10	писмени испит	
практична настава	10	усмени испит	60
тестови	20		