

Студијски програм/студијски програми: Пословна Економија и манаџмент				
Врста и ниво студија: Мастер академске студије				
Назив предмета: КВАНТИТАТИВНА АНАЛИЗА У МАРКЕТИНГУ				
Наставник (Презиме, средње слово, име): Вељко Р. Маринковић				
Статус предмета (на којим смеровима): Обавезан на модулу Маркетинг, а изборни на модулу Електронско пословање, I семестар				
Број ЕСПБ: 8				
Услов:				
Циљ предмета				
Циљ предмета је упознавање студената са статистичким техникама које се користе у анализи маркетиншких података. Већи број часова предавања, као и вежбе, одвијају се у рачунарској учионици, где се студенти оспособљавају за рад у Статистичком пакету за друштвене науке (SPSS). Реч је о једном од најчешће коришћених статистичких пакета у пољу друштвених наука, између осталог и у маркетингу. Познавање рада у SPSS-у је веома важно у циљу једноставне и прецизне обраде и интерпретације прикупљених података.				
Исход предмета				
Исход предмета је стицање знања студената о основним статистичким техникама анализе података. Тиме, студенти стичу практична знања и вештине у домену анализе података и предвиђања тражње. Осим савладавања најбитнијих процедура у процесу анализе података, студенти уче како да прецизно интерпретирају добијене резултате.				
Садржај предмета				
<i>Теоријска настава</i>				
Анализа података као фаза процеса маркетинг истраживања				
Основне технике анализе података – табеле фреквенција и мере дескриптивне статистике.				
Факторска анализа				
Корелациона и регресиона анализа				
Поређење средина				
Коefицијент еластичности и предвиђање тражње				
<i>Практична настава:</i>				
Вежбе – решавање задатака и пословних примера; презентирање резултата студија из области истраживања потрошача				
Литература (Назив и број страна):				
1. Солдић-Алексић Јасна и Биљана Красавац, Квантитативне технике у истраживању тржишта – примена SPSS рачунарског пакета, ЦИД, Београд, 2009.				
2. Анђелковић Слободан, Понашање потрошача у маркетинг истраживањима, ВПШ, Београд, 2001.				
3. Ханић Хасан, Истраживање тржишта и маркетинг информациони систем, ЦИД, Београд, 2003.				
Број часова активне наставе				Остали часови 1
Предавања: 2	Вежбе: 2	Други облици наставе: 0	Студијски истраживачки рад: 4	
Методe извођења наставе:				
Предавања- упознавање студената са градивом; теоријско појашњење статистичких анализа и практичан рад на рачунару				
Вежбе- практичан рад на рачунару, дискусије, презентација резултата студија из области истраживања потрошача.				
Оцена знања (максимални број поена 100)				
Предиспитне обавезе	поена	Завршни испит	поена	
активност у току предавања	10	писмени испит	/	
практична настава	/	усмени испит	30	
колоквијум-и	30		
семинар-и	30			