

Студијски програм/студијски програми: Економија и Пословна Економија и манаџмент				
Врста и ниво студија: основне академске студије, четврта година				
Назив предмета: ИСТРАЖИВАЊЕ ТРЖИШТА				
Наставник (Презиме, средње слово, име): Вељко Р. Маринковић				
Статус предмета (на којим смеровима): Изборни на модулу Економија, обавезан на модулу Финансије, берзе и банкарство; Обавезан на модулима Маркетинг и Туризам и хотелијерство, а изборни на модулима Рачуноводство и пословне финансије и Менаџмент, VII семестар				
Број ЕСПБ: 7				
Услов:				
Циљ предмета Упознавање студената са процесом истраживања тржишта путем којег се ствара квалитетна информациона основа за доношење пословних одлука. На тај начин, студенти се упознају са основним подручјима активности, као и са фазама овог процеса.				
Исход предмета Исход предмета је стицање знања студената о основним методама и техникама истраживања тржишта, као и оспособљавање студената за примену ових метода у пракси. У оквиру предмета се наводе различити релевантни извори за прикупљање секундарних података, као и методи за прикупљање примарних података. Такође, разматрају се и статистички и економетријски методи за анализу прикупљених података.				
Садржај предмета <i>Теоријска настава</i> <i>Систем маркетинг истраживања</i> <i>Маркетинг истраживање и доношење одлука</i> <i>Процес маркетинг истраживања</i> <i>Прикупљање података</i> <i>Анализа потрошачке тражње</i> <i>Етички аспекти истраживања тржишта</i> <i>Маркетинг информациони систем</i> <i>Практична настава:</i> <i>Вежбе, Презентација резултата студија из области истраживања тржишта, Студијски истраживачки рад</i>				
Литература (Назив и број страна): Анђелковић Слободан, Понашање потрошача у маркетинг истраживањима, ВПШ, Београд, 2001. <i>Додатна литература:</i> Анђелковић Слободан, Истраживање тржишта I, Институт за економска истраживања, Крагујевац, 1991. Ханић Хасан, Истраживање тржишта и маркетинг информациони систем, ЦИД, Београд, 2003.				
Број часова активне наставе				Остали часови 1
Предавања: 3	Вежбе: 2	Други облици наставе: 0	Студијски истраживачки рад: 0	
Методе извођења наставе: Предавања- упознавање студената са градивом и анализа примера из праксе Вежбе- допунско појашњење градива, дискусије, презентација резултата студија из области истраживања тржишта, појединачни и групни рад студената на решавању примера из праксе				
Оцена знања (максимални број поена 100)				
Предиспитне обавезе	поена	Завршни испит	поена	
активност у току предавања	5	писмени испит	/	
практична настава	/	усмени испит	50	
колоквијум-и	30		
семинар-и	15			