

Одсек	Економски Менаџмент	Студијски програм	-Менаџмент и предузетништво -Рачуноводство и ревизија
Наставни предмет	ИСТРАЖИВАЊЕ ТРЖИШТА		
Семестар	трећи	Година студија	друга
Звање, име и презиме наставника	Предавач струковних студија, др Сандра Стојадиновић Јовановић		

Наставна тема	НАЗИВ НАСТАВНЕ ТЕМЕ
1	Појам истраживања тржишта. Дефинисање појма истраживања тржишта. Настанак и развој истраживања тржишта.
2	Предмет истраживања тржишта. Класификација истраживања. Садржај истраживања тржишта.
3	Мултидисциплинарност и значај истраживања тржишта. Мултидисциплинарност истраживања тржишта. Улога и значај истраживања тржишта. Оправданост обављања истраживања тржишта.
4	Организација истраживања тржишта. Индустрија истраживања тржишта. Организација истраживања тржишта у предузећу. Ставови менаџера према истраживању тржишта.
5	Процес истраживања тржишта. Фазе процеса истраживања тржишта. Захтев за истраживање тржишта. План истраживања тржишта.
6	Дефинисање проблема и циљева истраживања. Дефинисање проблема истраживања. Дефинисање циљева истраживања.
7	Утврђивање извора података. Секундарни подаци. Примарни подаци.
8	Развијање стратегије узорковања. Случајни узорци. Намерни узорци.
9	Избор метода прикупљања података. Метод посматрања. Експериментални метод.
10	Избор метода прикупљања података. Метод испитивања.
11	Мерење својстава. Номиналне скале. Ординалне скале. Интервалне скале. Релационе скале.
12	Креирање анкетног упитника. Анкетни упитник. Подсетник. Анкетар.
13	Анализа података. Контрола прикупљених података. Кодирање и унос података. Обрада и анализа података.
14	Израда извештаја о резултатима истраживања. Принципи састављања извештаја. Основни елементи извештаја. Контрола састављеног извештаја.
15	Мерење тржишног и продајног потенцијала. Мерење тржишног потенцијала. Мерење продајног потенцијала.