



# АКАДЕМИЈА СТРУКОВНИХ СТУДИЈА ЗАПАДНА СРБИЈА

Седиште Ужице, Трг Светог Саве 34

## О Д С Е К У ж и ц е

### План рада

Назив предмета	Истраживање тржишта				
Студијски програм/и (модул)	ОСС Рачуноводство и ревизија				
Година студија	3.	Семестар	6.	ЕСПБ	6
Статус предмета	изборни		Услов	нема	

Подаци о наставницима и сарадницима на предмету	
Име и презиме, академско звање, термин консултација, електронска адреса	Сандра Стојадиновић Јовановић професор струковних студија уторак: 11-13h <a href="mailto:sandrassjasszs@gmail.com">sandrassjasszs@gmail.com</a>
Име и презиме, академско звање, термин консултација, електронска адреса	

Циљеви предмета
Стицање основних знања о улози и значају истраживања тржишта, као и о самом процесу истраживања тржишта и фазама које обухвата.

Садржај и структура предмета
Теоријска настава: Дефинисање и карактеристике истраживања тржишта. Организација истраживања тржишта. Процес истраживања тржишта. Дефинисање проблема и циљева истраживања. Утврђивање извора података. Развијање стратегије узорковања. Избор метода прикупљања података. Мерење својстава. Креирање анкетног упитника. Подсетник. Анкетар. Анализа података. Извештај о резултатима истраживања. Мерење тржишног и продајног потенцијала. Практична настава: Интерактивне вежбе кроз активно учешће студената у анализи и провери разумевања фаза процеса истраживања тржишта и метода и техника које се примењују.

План и распоред извођења наставе	
Наставна недеља	НАЗИВ НАСТАВНЕ ЈЕДИНИЦЕ
<b>Предавања</b>	
1	Увод
2	Дефинисање и карактеристике истраживања тржишта.
3	Организација истраживања тржишта.
4	Процес истраживања тржишта. Дефинисање проблема и циљева истраживања. Утврђивање извора података
5	Развијање стратегије узорковања.
6	Избор метода прикупљања података.

7	Мерење својстава.
8	Креирање анкетног упитника. Подсетник. Анкетар.
9	Анализа података. Извештај о резултатима истраживања.
10	Мерење тржишног и продајног потенцијала.
11	Сумирање пређеног градива, припрема за колоквијум
12	Колоквијум
13	Поправни колоквијум
14	Сумирање предиспитних обавеза
15	Закључна разматрања
<b>Вежбе</b>	
1	Увод
2	Дефинисање појма истраживања тржишта. Настанак и развој истраживања тржишта. Класификација истраживања. Садржај истраживања тржишта. Мултидисциплинарност истраживања тржишта.
3	Улога и значај истраживања тржишта. Оправданост обављања истраживања тржишта. Индустрија истраживања тржишта. Организација истраживања тржишта у предузећу. Ставови менаџера према истраживању тржишта.
4	Фазе процеса истраживања тржишта. Захтев за истраживање тржишта. План истраживања тржишта. Дефинисање проблема и циљева истраживања. Секундарни подаци. Примарни подаци.
5	Случајни узорци. Намерни узорци.
6	Метод посматрања. Метод испитивања. Експериментални метод.
7	Номиналне, ординалне, интервалне и релационе скале.
8	Анкетни упитник.
9	Извештај о резултатима истраживања.
10	Мерење тржишног и продајног потенцијала.
11	Сумирање пређеног градива, припрема за колоквијум
12	Колоквијум
13	Поправни колоквијум
14	Сумирање предиспитних обавеза
15	Закључна разматрања

Начин оцењивања – структура и број поена на предиспитним обавезама и испиту			
Предиспитне обавезе	Поена	Завршни испит	Поена
активност у току предавања	10	писмени испит	
практична настава	10	усмени испит	30
колоквијум-и	50	-	-

Литература
Ханић, Х., Вићентић, М., Ђурица, М., 2010, Истраживање тржишта, Висока пословна школа струковних студија, Ваљево.