

NAZIV PREDMETA		ISTRAŽIVANJE TRŽIŠTA				
Kod	ECM207	Godina studija	3			
Nositelj/i predmeta	Izv. prof. dr. sc. Zoran Mihanović	Bodovna vrijednost (ECTS)	5			
Suradnici	Doc. dr. sc. Goran Dedić	Način izvođenja nastave (broj sati u semestru)	P	S	V	T
			26		26	
Status predmeta	obvezni	Postotak primjene e-učenja	25%			
OPIS PREDMETA						
Ciljevi predmeta	Glavni cilj predmeta je osigurati stjecanje vještina i sposobnosti za razumijevanje i provođenje istraživanja tržišta bilo u profitnom, neprofitnom ili javnom sektoru. Studenti će ovladati fundamentalnim konceptima i metodama istraživanja tržišta te će biti osposobljeni za osmišljavanje i provođenje istraživačkih projekata u kontekstu marketinga.					
Uvjeti za upis predmeta i ulazne kompetencije potrebne za predmet	Preduvjeti za upis propisani su Statutom Ekonomskog fakulteta, te Pravilnikom o studiju i studiranju					
Očekivani ishodi učenja na razini predmeta (4-10 ishoda učenja)	<p><b>Ishod učenja predmeta:</b> Analizirati spoznaje i saznanja o iznimno važnim teorijskim i praktičnim aktivnostima istraživanja tržišta u kontekstu raznovrsnih organizacija (profitnih, neprofitnih i javnih) te osmisliti i oblikovati projekt istraživanja i istraživačke instrumente za raznovrsne odabrane konkretne organizacije</p> <p><b>Pojedinačni ishodi učenja:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Identificirati najznačajnije teorijske koncepte u istraživanju tržišta te uloge istraživanja u poslovnom upravljanju</li> <li>2. Formulirati istraživački problem, ciljeve i hipoteze istraživanja tržišta</li> <li>3. Razlikovati raznovrsne izvore podataka, vrste istraživanja tržišta te metode za prikupljanje podataka</li> <li>4. Kreirati uzorke istraživanja tržišta i obrasce za prikupljanje podataka</li> <li>5. Osmisliti projekt istraživanja tržišta za odabranu konkretnu organizaciju bilo u profitnom, neprofitnom ili javnom sektoru;</li> </ol>					
Sadržaj predmeta detaljno razrađen prema satnici nastave	Predavanja		Vježbe			
	Tema	Sati	Tema	Sati		
	Uvodna predavanja, Pojam i značaj istraživanja tržišta; Istraživanje tržišta u poslovnoj praksi.	2	Dogovor o načinu rada, ispitu, pravima i obvezama studenata.	2		
	Uvod u istraživanje tržišta: Istraživanje tržišta i poslovno odlučivanje; Etika i etički sukobi u istraživanju tržišta.	2	Uvodne naznake o pripremi i provedbi postupka istraživanja tržišta. Analiza konkretnih primjera projekata istraživanja tržišta bilo u profitnom, neprofitnom ili javnom sektoru;	2		
	Proces istraživanja tržišta i projekt istraživanja tržišta;	2	Studija slučaja; Pregled i analiza potencijalnih tema za projekt	2		
	Definiranje problema i ciljeva istraživanja.	2	Studija slučaja, Presentacija i analiza konačno odabranih projekata	2		

2021./2022.

01/03/22 – 9. Sj. FV

	Vrste istraživanja tržišta: Izviđajna (eksplorativna) istraživanja	2	Primjeri provedbe eksplorativnih istraživanja (provedba skupnog intervjua), Projekt – prezentacija definiranih problema i ciljeva istraživanja tržišta konkretnih odabranih projekata	2	
	Vrste istraživanja tržišta: Opisna (deskriptivna) istraživanja. Jednokratna i kontinuirana opisna istraživanja.	2	Projekt – prezentacija izviđajnih istraživanja konkretnih odabranih projekata	2	
	Vrste istraživanja tržišta : Uzročna (kauzalna) istraživanja; Eksperiment, postupak i načini provedbe eksperimenta u istraživanju tržišta.	2	Projekt – prezentacija opisnih istraživanja konkretnih odabranih projekata.	2	
	<b>Kolokvij 1</b>		<b>Kolokvij 1</b>		
	Sekundarni podaci u istraživanju tržišta i izvori sekundarnih podataka Primarni podaci: Vrste primarnih podataka; Metoda promatranja	2	Prezentacija i analiza projekata	2	
	Primarni podaci: Metoda ispitivanja; prednosti i nedostaci;	2	Projekt – odabir sekundarnih podataka i metoda promatranja kao primarnih podataka;	2	
	Mjerenje stavova; Ljestvice za mjerenje stavova	2	Projekt – odabir primarnih podataka i metoda ispitivanja; analiza i usporedba za raznovrsne prezentirane projekte	2	
	Obrasci za prikupljanje podataka pomoću metode ispitivanja;	2	Projekt; Studija slučaja	2	
	Uzorci i uzorkovanje: Vrste uzoraka; Odabiranje uzorka.	2	Projekt - Sastavljanje instrumenata istraživanja i odabir ljestvica za mjerenje stavova;	2	
	Prikupljanje podataka, analiza i interpretacija podataka; Rezultati istraživanja i sastavljanje izvještaja	2	Projekt – Uzorci i uzorkovanje; odabiranje uzorka; analiza i usporedba za raznovrsne prezentirane projekte.	2	
	<b>Kolokvij 2</b>		<b>Kolokvij 2</b>		
Vrste izvođenja nastave:	<input checked="" type="checkbox"/> predavanja <input type="checkbox"/> seminari i radionice <input checked="" type="checkbox"/> vježbe <input type="checkbox"/> on line u cijelosti <input checked="" type="checkbox"/> mješovito e-učenje <input type="checkbox"/> terenska nastava		<input checked="" type="checkbox"/> samostalni zadaci <input checked="" type="checkbox"/> multimedija <input type="checkbox"/> laboratorij <input checked="" type="checkbox"/> mentorski rad <input type="checkbox"/> gostujući predavač		
Obveze studenata	Student je obavezan pohađati i uredno pratiti nastavu i izvršavati postavljene zadatke. Tijekom semestra se vodi evidencija o prisustvovanju nastavi. Uvjet za potpis je pohađanje minimalno 60% ukupne nastave za redovne studente i 30% nastave za izvanredne studente. Uz prisustvovanje, aktivno sudjelovanje u nastavi pretpostavlja i izlaganje grupnih projekata/zadataka, sudjelovanje u praktičnim vježbama i raspravama glede projekata i studija slučaja. Uvjet za pristupanje ispitu je potpis.				
Praćenje rada studenata (upisati udio u ECTS bodovima za svaku aktivnost tako da	Pohađanje nastave	1	Istraživanje	Praktični rad	
	Eksperimentalni rad		Referat	Društveno korisno učenje*	1,5
	Esej		Seminarski rad	(Ostalo upisati)	

<i>ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta):</i>	Kolokviji	2,5	Usmeni ispit		(Ostalo upisati)	
	Pismeni ispit	2,5	Projekt	1,5	(Ostalo upisati)	
Ocjenjivanje i vrjednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu	<p>Tijekom trajanja semestra održat će se pisane provjere znanja putem dva kolokvija. Pisane provjere (kolokviji ili pismeni/usmeni ispit u ispitnom roku) nose 60% ukupne ocjene kolegija.</p> <p>Bodovni pragovi i odgovarajuće ocjene za pisane provjere znanja:  0-49 nedovoljan (1)  50-62 dovoljan (2)  63-75 dobar (3)  76-85 vrlo dobar (4)  86-100 izvrstan (5)</p> <p>Grupni projekti i zadaci (projekt istraživanja tržišta može biti vezan za profitni, javni ili neprofitni sektor) nosi 40% od ukupne ocjene.  *Studenti mogu sudjelovati i u programu društveno korisnog učenja</p> <p>Ispit se smatra položenim ako je student:  - ostvario prolaznu ocjenu iz svih pisanih provjera znanja (minimalno 50% iz dva kolokvija ili 50% iz pismenog/usmenog ispita)  - aktivno sudjelovao u prezentacijama projektnih zadataka koji su ocijenjeni pozitivno  - predao projekt istraživanja tržišta koji je ocijenjen pozitivno</p> <p>Konačna ocjena se formira kao zbroj:  1) prosječne ocjene ostvarene putem pisanih provjera znanja umnožene s ponderom od 0.6 te  2) prosječne ocjene ostvarene putem prezentacija projektnih zadataka umnoženih s ponderom 0.4</p> <p>Ukoliko student ne zadovolji na pisanim provjerama znanja tokom trajanja semestra dužan je polagati završni ispit. Završni ispit može biti organiziran na pisani i/ili usmeni način.</p>					
Obvezna literatura (dostupna u knjižnici i putem ostalih medija)	<b>Naslov</b>		<b>Broj primjeraka u knjižnici</b>		<b>Dostupnost putem ostalih medija</b>	
	1. Vranešević, T.: Tržišna istraživanja u poslovnom upravljanju, Accent, Zagreb, 2014.					
	2. Marušić, M., Vranešević, T., Istraživanje tržišta, 5. Izdanje, ADECO, Zagreb, 2001					
	Autorizirana predavanja i nastavni materijali na Moodle stranicama kolegija		0		MOODLE	
Dopunska literatura	1. Malhotra, N (2019) <b>Marketing Research: An Applied Orientation</b> (7th ed), Pearson					

	<p>Higher Education</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Pallant, J. 2016. SPSS Survival manual. 6th ed. Open University Press.</li> <li>- Burns, A.C. and Bush R.F. 2014. Marketing Research. 7th ed. Prentice Hall</li> <li>- GfK Insights blog (<a href="http://blog.gfk.com">blog.gfk.com</a>)</li> <li>- Pew Research Center (<a href="http://www.pewresearch.org">www.pewresearch.org</a>)</li> </ul>
<p>Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje utvrđenih ishoda učenja</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Praćenje pohađanja nastave i uspješnosti izvršenja ostalih obveza studenata (nastavnik)</li> <li>• Nadzor izvođenja nastave (prodekan za nastavu)</li> <li>• Analiza uspješnosti studiranja po svim predmetima studija (prodekan za nastavu)</li> <li>• Studentska anketa o kvaliteti nastavnika i nastave za svaki predmet studija (UNIST, Centar za unaprjeđenje kvalitete)</li> <li>• Ispitom koji provodi predmetni nastavnik provjeravaju se svi ishodi učenja predmeta. Periodično se vrši provjera sadržaja ispita, temeljem koje se utvrđuje primjerenost načina provjeravanja ishoda učenja (prodekan za nastavu)</li> </ul>
<p>Ostalo (prema mišljenju predlagatelja)</p>	