

| Opće informacije | | |
|---|--|--------------|
| Nositelj predmeta | dr.sc. Ivana Tonković Pražić, pred. | |
| Naziv predmeta | Istraživanje tržišta | |
| Studijski program | Ekonomika poduzetništva | |
| Status predmeta | Izborni | |
| Godina | 1. | |
| Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave | ECTS koeficijent opterećenja studenata/polaznika | 4 |
| | Broj sati (P+V+S) | 60 (30+15+0) |
| 1. OPIS PREDMETA | | |
| <i>1.1. Ciljevi predmeta</i> | | |
| Ciljevi predmeta su upoznavanje studenata s metodologijom istraživanja tržišta, stjecanje osnovnih znanja o načinima provođenja različitih metoda istraživanja tržišta te razumijevanje važnosti istraživanja tržišta za uspješnost poslovnih procesa poduzeća. | | |
| <i>1.2. Uvjeti za upis predmeta</i> | | |
| Nema. | | |
| <i>1.3. Očekivani ishodi učenja za predmet</i> | | |
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Pravilno definirati i prepoznati teorijske spoznaje u području istraživanja tržišta 2. Opisati proces istraživanja tržišta 3. Definirati i razlikovati metode istraživanja tržišta 4. Pravilno opisati organizaciju istraživanja tržišta 5. Pravilno provesti i analizirati jednu od metoda istraživanja tržišta u poslovnoj praksi | | |
| <i>1.4. Sadržaj predmeta</i> | | |
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Pojam i definicija istraživanja tržišta 2. Uloga i značenje istraživanja tržišta u poslovnom odlučivanju 3. Marketing informacijski sustav 4. Razgraničenje istraživanja tržišta 5. Proces i metodologija istraživanja tržišta 6. Posebna područja i metode istraživanja tržišta 7. Metode istraživanja tržišta 8. Metode ispitivanja 9. Psihološko ispitivanje 10. Uzorci i uzorkovanje 11. Organizacija istraživanja tržišta | | |
| <i>1.5. Vrste izvođenja nastave</i> | <input checked="" type="checkbox"/> Predavanja <input type="checkbox"/> Seminari <input checked="" type="checkbox"/> Vježbe <input type="checkbox"/> Terenska nastava <input checked="" type="checkbox"/> Samostalni zadaci <input checked="" type="checkbox"/> Multimedija i mreža <input type="checkbox"/> Laboratorij | |

| | | | | | | | |
|--|---|------------------------------|---|----------------|---|--|---|
| | | | | | | <input type="checkbox"/> Mentorski rad | |
| 1.6. <i>Komentari</i> | | | | | | | |
| 1.7. <i>Obveze studenata</i> | | | | | | | |
| - Aktivno i koncentrirano praćenje nastave, - dolazak na nastavu na vrijeme, pripremljen i s potrebnim priborom, - redoviti studenti za uredno ispunjavanje obveza moraju pohađati 75% predavanja i vježbi | | | | | | | |
| 1.8. <i>Praćenje rada studenata</i> | | | | | | | |
| Pohađanje nastave | X | Aktivnost u nastavi | X | Seminarski rad | X | Eksperimentalni rad | |
| Pismeni ispit | X | Usmeni ispit | | Esej | | Istraživanje | X |
| Projekt | | Kontinuirana provjera znanja | X | Referat | | Praktični rad | |
| Portfolio | | | | Radni zadaci | X | | |
| 1.9. <i>Ocjenjivanje i vrednovanje rada studenata/polaznika tijekom nastave i na završnom ispitu</i> | | | | | | | |
| <p>Ocjena iz predmeta se sastoji od:</p> <p>Polaganjem ishoda 1 i 2 student može skupiti 20% ocjenskih bodova, a polaganjem ishoda 3 i 4 također može skupiti 20% ocjenskih bodova, odnosno 10% po ishodu. Nepoložene ishode student može polagati u ispitnim rokovima.</p> <p>Ishod 5 student polaže tijekom nastave putem prezentacije samostalnog rada i može skupiti 50% ocjenskih bodova.</p> <p>10% bodova student skuplja kroz aktivnost na nastavi, odnosno predavanje zadaća u toku semestra.</p> <p>Da bi student položio određeni ishod mora skupiti najmanje 50% bodova na testu i ostvareni rezultat pamt se u tekućoj akademskoj godini.</p> | | | | | | | |
| 1.10. <i>Obvezatna literatura</i> | | | | | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Marušić, Vranešević: Istraživanje tržišta, 5. izdanje, ADECO, Zagreb, 2001. | | | | | | | |
| 1.11. <i>Dopunska literatura</i> | | | | | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Meler: Istraživanje tržišta, Ekonomski fakultet u Osijeku, Osijek, 2005. • Hague, Hague. Morgan: Market Research in Practice, Kogan Page Limited, London, 2004. • McGivern: The Practice of Market Research, 3rd edition, Prentice Hall, Edinburgh, 2009. | | | | | | | |
| 1.12. <i>Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija</i> | | | | | | | |
| <p>Praćenje kvalitete koja osigurava potrebna znanja i vještine provodit će se aktivnim sudjelovanjem studenata u nastavi, primjenom naučenog pri izradi seminarskog rada na konkretnom poduzetničkom primjeru, a napredak studenata putem dva kolokvija.</p> <p>Opravljanost i primjerenost nastavnih metoda kontrolirat će se anketiranjem studenata od strane Odbora za osiguravanje i unapređivanje kvalitete pri Veleučilištu.</p> | | | | | | | |