



ДОКУМЕНТАЦИЈА ЗА АКРЕДИТАЦИЈУ СТУДИЈСКОГ ПРОГРАМА
ПРВОГ СТЕПЕНА ВИСОКОГ ОБРАЗОВАЊА

Стандард 5: Курикулум

Табела 5.2. Спецификација предмета
– Шифра: ОС-208

Студијски програм/студијски програми: Маркетинг			
Врста и ниво студија: Студије првог степена - Основне академске студије			
Назив предмета: Маркетинг истраживање			
Наставник (Презиме, средње слово, име): Салаи Ј. Сузана			
Статус предмета: обавезни			
Број ЕСПБ: 6			
Услов: није постављен			
Циљ предмета Стицање знања и способност овладавања реализације маркетинг истраживања чије информације представљају основу за доношење стратегијских одлука у циљу осваљања и задржавања потрошача. Савладавањем садржаја предмета у новим условима окружења глобализације и савремене електронске технологије студенти се оспособљавају за креирање и прогнозирање будућих промена код потрошача на производима и код конкурената и маркетинг каналаима. Реализацијом наставног предмета студенти се оспособљавају за теоријска и апликативна знања о: идентификацији потрошача и потенцијалних потрошача, о процесу реализације маркетинг истраживања, о методама прибављања података и информација и о примени добијених резултата за поједине инструменте маркетинг микса што представља основу за доношење стратегије и тактике маркетинга и тржишног пословања привредних субјеката на глобалном тржишту.			
Исход предмета Стечена теоријска и апликативна знања оспособљавају студенте за реализацију маркетинг истраживања. Информације маркетинг истраживања су између осталог основа за доношење маркетинг менаџмент одлука привредних субјеката.			
Садржај предмета <i>Теоријска настава</i> Савремене тенденције у маркетинг истраживању; Истраживање макро и микро окружења привредног субјекта; Процес и фазе маркетинг истраживања; Сегментација тржишта, таргетирање и позиционирање Подручја маркетинг истраживања; Offline и online маркетинг истраживање; Информације маркетинг истраживања у функцији појединих инструмената маркетинга; Међународна маркетинг истраживања <i>Практична настава: Вежбе, Други облици наставе, Студијски истраживачки рад</i> Case study; Тимски истраживачки рад			
Литература Салаи С., Божидаревић Д. (2009), <i>Маркетинг истраживање</i> , Економски факултет Суботица,			
Број часова активне наставе у 4. семестру			Остали часови
Предавања: 30	Вежбе: 30	Други облици наставе: Студијски истраживачки рад:	
Методе извођења наставе Предавања, вежбе, консултације и дискусије			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	поена	Завршни испит	поена
активност у току предавања	6	писмени испит	
студије случаја	14	усмени испит	30
колоквијум-и (два)	50	
семинар-и			
СВЕГА	70		30