

NAZIV PREDMETA		ISTRAŽIVANJE TRŽIŠTA					
Kod	STP001	Godina studija	1.				
Nositelj/i predmeta	Danijela Perkušić Malkoč, predavač Katja Rakušić Cvrtak, predavač	Bodovna vrijednost (ECTS)	6				
Suradnici		Način izvođenja nastave (broj sati u semestru)	P	S	V	T	
			30	15	15	0	
Status predmeta	Obvezni	Postotak primjene e-učenja	15%				
OPIS PREDMETA							
Ciljevi predmeta	<ol style="list-style-type: none"> 1. Stjecanje svijesti o važnosti istraživanja tržišta pri donošenju poslovnih odluka. 2. Dobivanje uvida o metodama i tehnikama istraživanja tržišta. 3. Razumijevanje procesa i projekta istraživanja tržišta. 4. Izrada instrumenata za prikupljanje podataka. 5. Primjena naučenih vještina na konkretnom istraživačkom projektu. 						
Uvjeti za upis predmeta i ulazne kompetencije potrebne za predmet	Nema						
Očekivani ishodi učenja na razini predmeta (4-10 ishoda učenja)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Opisati temeljne pojmove vezane za istraživanje tržišta. 2. Identificirati vrste i izvore podataka u svrhu donošenja poslovnih odluka. 3. Odabrati prikladne metode istraživanja tržišta u svrhu rješavanja konkretnog istraživačkog problema. 4. Znati izraditi prikladan instrument za prikupljanje podataka. 5. Definirati proces istraživanja na konkretnom poslovnom slučaju. 6. Izraditi plan projekta istraživanja na konkretnom poslovnom slučaju. 						
Sadržaj predmeta detaljno razrađen prema satnici nastave	Tjedan	Sati	Oblik nastave	Tema			
	1.	2	Predavanja	Uvod u sadržaj predmeta. Definiranje istraživanja tržišta. Potreba za istraživanjem tržišta.			
		1	Auditorne vježbe	Uvod u sadržaj vježbi. Uvodni poslovni slučaj.			
		1	Seminarska nastava	Dogovor o načinu izvođenja seminarske nastave.			
	2.	2	Predavanja	Marketinški informacijski sustav. Etika u istraživanju tržišta. Dosadašnji razvoj istraživanja tržišta. Budućnost istraživanja tržišta.			
		1	Auditorne vježbe	Upoznavanje sa elementima procesa istraživanja. Analiza poslovnog slučaja.			
		1	Seminarska nastava	Formiranje istraživačkih timova i izbora problema istraživanja.			
	3.	2	Predavanja	Proces i projekt istraživanja.			
		1	Auditorne vježbe	Analiza procesa i projekta istraživanja - analiza poslovnog slučaja. Individualni i grupni studentski zadaci			
		1	Seminarska nastava	Studentski projektni zadatak - Definiranje problema i ciljeva istraživanja.			
	4.	2	Predavanja	Primarni i sekundarni podaci u istraživanju tržišta. Mjerenje stavova.			
		1	Auditorne vježbe	Određivanje vrste istraživanja i izvora podataka - analiza poslovnog slučaja. Individualni i grupni			

			studentski zadaci	
	1	Seminarska nastava	Studentski projektni zadatak – Primjena povijesne metode istraživanja na konkretnom problemu.	
	2	Predavanja	Izviđajna i opisna metoda istraživanja tržišta.	
	5.	1	Auditorne vježbe	Odabir metode istraživanja i izrada obrasca za prikupljanje podataka - analiza poslovnog slučaja. Individualni i grupni studentski zadaci.
		1	Seminarska nastava	Studentski projektni zadatak – Primjena izviđajnog istraživanja na konkretnom problemu.
	6.	2	Predavanja	Uzročna metoda istraživanja tržišta.
		1	Auditorne vježbe	Uzročna metoda istraživanja tržišta. - analiza poslovnog slučaja. Individualni i grupni studentski zadaci.
		1	Seminarska nastava	Studentski projektni zadatak – Primjena uzročnog istraživanja na konkretnom problemu
	7.	2	Predavanja	1. Kolokvij
		1	Auditorne vježbe	Analiza kolokvija. Individualni i grupni studentski zadaci..
		1	Seminarska nastava	Prezentacija dosadašnjih rezultati timova studenata na konkretnom istraživačkom problemu
	8.	2	Predavanja	Uzorci i uzorkovanje. Prikupljanje podataka. Odabir i obuka anketara.
		1	Auditorne vježbe	Određivanje uzorka i prikupljanje podataka - analiza poslovnog slučaja. Individualni i grupni studentski zadaci
		1	Seminarska nastava	Studentski projektni zadatak - Odabir uzorka i uzorkovanje na konkretnom problemu.
	9.	2	Predavanja	Analiza i interpretacija podataka. Rezultati istraživanja i sastavljanje izvještaja
		1	Auditorne vježbe	Analiziranje podataka i interpretacija rezultata - analiza poslovnog slučaja. Individualni i grupni studentski zadaci.
		1	Seminarska nastava	Studentski projektni zadatak: Analiziranje podataka i interpretacija rezultata na konkretnom problemu
	10.	2	Predavanja	Istraživanje za potrebe segmentacije tržišta.
		1	Auditorne vježbe	Istraživanje za potrebe segmentacije tržišta.– obrada studije slučaja i primjeri. Individualni i grupni studentski zadaci.
		1	Seminarska nastava	Prezentacije projekata istraživanja studenata.
	11.	2	Predavanja	Istraživanje za potrebe razvoja proizvoda.
		1	Auditorne vježbe	Istraživanje za potrebe razvoja proizvoda. - obrada studije slučaja i primjeri. Individualni i grupni studentski zadaci.
		1	Seminarska nastava	Prezentacije projekata istraživanja studenata.
	12.	2	Predavanja	Istraživanje za potrebe oglašavanja.
		1	Auditorne vježbe	Istraživanje za potrebe oglašavanja - obrada studije slučaja i primjeri. Individualni i grupni studentski zadaci.
		1	Seminarska nastava	Prezentacije projekata istraživanja studenata.
	13.	2	Predavanja	Istraživanje za potrebe prodaje. Istraživanje za potrebe određivanja cijene.
		1	Auditorne vježbe	Istraživanje za potrebe prodaje. Istraživanje za potrebe određivanja cijene - obrada studije slučaja i primjeri.

	1	Seminarska nastava	Prezentacije projekata istraživanja studenata.		
	14.	2	Predavanja	Istraživanje zadovoljstva klijenata. Istraživanje vrijednosti marke.	
		1	Auditorne vježbe	Istraživanje zadovoljstva klijenata. Istraživanje vrijednosti marke - - obrada studije slučaja i primjeri.	
		1	Seminarska nastava	Prezentacije projekata istraživanja studenata.	
	15.	2	Predavanja	2. Kolokvij	
		1	Auditorne vježbe	Analiza kolokvija. Individualni i grupni studentski zadaci.	
1		Seminarska nastava	Prezentacije projekata istraživanja studenata.		
Vrste izvođenja nastave:	<input checked="" type="checkbox"/> predavanja <input checked="" 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 type="checkbox"/> mentorski rad <input type="checkbox"/> demonstracijske vježbe		
Obveze studenata	Izrada i prezentacija projektnog zadatka, min. 70 % dolazaka za redovne te 50 % dolazaka za izvanredne studente				
Praćenje rada studenata (<i>upisati udio u ECTS bodovima za svaku aktivnost tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta</i>):	Pohađanje nastave	2 ECTS	Istraživanje	Pratični rad	
	Eksperimentalni rad		Referat	Demonstracijske vježbe	
	Esej		Seminarski rad	Samostalno učenje	2 ECTS
	Kolokviji	0,2 ECTS	Usmeni ispit	Konzultacije i završni ispit	0,3 ECTS
	Pismeni ispit		Projekt	1,5 ECTS	(Ostalo upisati)
Ocjenjivanje i vrjednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu	KONTINUIRANO VREDNOVANJE				
	Pokazatelji kontinuirane provjere			Uspješnost A_i (%)	Udjel u ocjeni k_i (%)
	<i>Nazočnost na nastavi (pred. + vježbe)</i>			70 - 100	5
	<i>Prvi kolokvij</i>			50-100	30
	<i>Drugi kolokvij</i>			50-100	30
	<i>Projektni zadatak</i>			50-100	35
	Studenti koji nisu položili ispit putem kolokvija polažu završni ispit.				
	ZAVRŠNA OCJENA				
	Pokazatelji provjere - završni ispit (prvi i drugi ispitni termin)			Uspješnost A_i (%)	Udjel u ocjeni k_i (%)
	<i>Pismeni ispit</i>			50 - 100	60
	<i>Prethodne aktivnosti (uključuju sve pokazatelje kontinuirane provjere)</i>			50 - 100	40
	Pokazatelji provjere - popravni ispit (treći i četvrti ispitni termin)			Uspješnost A_i (%)	Udjel u ocjeni k_i (%)
<i>Pismeni ispit</i>			50 - 100	60	
<i>Prethodne aktivnosti (uključuju sve pokazatelje kontinuirane</i>			50 - 100	40	

	<i>provjere)</i>		
	Ocjena (u postotcima) formira se temeljem svih pokazatelja koji opisuju razinu studentskih aktivnosti prema relaciji:		
	$Ocjena (\%) = \sum_{i=1}^N k_i A_i$		
	<p>k_i - težinski koeficijent za pojedinu aktivnost, A_i - postotni uspjeh postignut za pojedinu aktivnost, N - ukupan broj aktivnosti.</p>		
	ODNOS POLUČENOG USPJEHA I PRIPADNE OCJENE		
	Post tak	Kriterij	Ocjena
	od 50% do 61%	<i>zadovoljava minimalne kriterije</i>	dovoljan (2)
	od 62% do 74%	<i>prosječan uspjeh s primjetnim nedostatcima</i>	dobar (3)
	od 75% do 87%	<i>iznadprosječan uspjeh s ponekom greškom</i>	vrlo dobar (4)
	od 88% do 100%	<i>izniman uspjeh</i>	izvrst n (5)
Obvezna literatura (dostupna u knjižnici i putem ostalih medija)	Naslov	Broj primjeraka u knjižnici	Dostupnost putem ostalih medija
	Marušić, M. i Vranešević, T.: Istraživanje tržišta, Adecco, Zagreb, 2001.	5	
	Malkoč, P.D. i Rakušić, C.K.: Power point prezentacije predavanja za kolegij Istraživanje tržišta, Odjel za stručne studije, Web izdanje, (MOODLE), 2014.		MOODLE stranice predmeta
Dopunska literatura	<ol style="list-style-type: none"> 1. Gutić, D., Bačelić, J. i Bačelić, Z.: Istraživanje tržišta, Mate, Zagreb, 2011. 2. Meler, M.: Istraživanje tržišta, EFOS, Osijek, 2005. 3. Kotler, P. i Keller, K.: Upravljanje marketingom, Mate, Zagreb, 2008. 4. Marušić, M. i Prebežac, D.: Istraživanje turističkih tržišta, Adecco, Zagreb, 2004. 		
Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje utvrđenih ishoda učenja	<ul style="list-style-type: none"> • Evidencija pohađanja nastave i uspješnosti izvršenja ostalih obveza studenata (nastavnik). • Ažuriranje detaljnih izvedbenih planova nastave - DIP (nastavnik). • Semestralno provođenje studentske ankete sukladno „Pravilniku o postupku studentskog vrednovanja nastavnog rada na sveučilištu u Splitu“ (UNIST, Centar za unaprjeđenje kvalitete). 		
Ostalo (prema mišljenju predlagatelja)	DIP-ovi predmeta nalaze se unutar sustava za podršku nastavi (MOODLE) i dostupni su studentima i nastavnicima Odjela. Skraćeni izvedbeni programi - IP (hrvatska i engleska inačica) su u cilju javnosti informiranja izravno dostupni na web stranicama Odjela.		