

<b>Студијски програм : МЕНАЏМЕНТ У УГОСТИТЕЉСТВУ</b>			
<b>Назив предмета: Истраживање тржишта у угоститељству</b>			
<b>Наставник/наставници: др Вукић Милена, др Машић Саша</b>			
<b>Статус предмета: Обавезан</b>			
<b>Број ЕСПБ: 8</b>			
<b>Услов: Нема</b>			
<b>Циљ предмета</b>			
<p>СТИЦАЊЕ ЗНАЊА ИЗ ИСТРАЖИВАЊА ТРЖИШТА, ОД ДИЗАЈНИРАЊА ИСТРАЖИВАЊА ДО ТУМАЧЕЊА РЕЗУЛТАТА, КОЈА БИ БИЛА ОСНОВА ЗА ПОСЛОВНО ОДЛУЧИВАЊЕ У УГОСТИТЕЉСТВУ. СХВАТАЊЕ УЛОГЕ ИСТРАЖИВАЊА ТРЖИШТА У САВРЕМЕНОМ ПОСЛОВАЊУ И МАРКЕТИНГ ПЛАНИРАЊУ. РАЗВИЈАЊЕ СПОСОБНОСТИ ПРИМЕНЕ РАЗЛИЧИТИХ ТЕХНИКА ИСТРАЖИВАЊА ТРЖИШТА КАКО БИ СЕ МАКСИМИЗИРАЛИ РЕЗУЛТАТИ ПОСЛОВАЊА. УНАПРЕЂИВАЊЕ АНАЛИТИЧКИХ СПОСОБНОСТИ СТУДЕНАТА КАКО БИ НА ОСНОВУ ДОБИЈЕНИХ РЕЗУЛТАТА ИСТРАЖИВАЊА УНАПРЕДИЛИ МАРКЕТИНГ ПЛАНИРАЊЕ.</p>			
<b>Исход предмета</b>			
<p>ПО ЗАВРШЕТКУ УЧЕЊА ОВОГ ПРЕДМЕТА СТУДЕНТИ ЋЕ БИТИ У СТАЊУ ДА ОБЈАСНЕ МЕТОДОЛОГИЈУ МАРКЕТИНШКОГ ИСТРАЖИВАЊА, КАО И ДА СПРОВЕДУ СВЕ ФАЗЕ ЊЕГОВОГ ПРОЦЕСА. СТУДЕНТИ СТИЧУ ЗНАЊА О ТОМЕ КОЈЕ ВРСТЕ ИСТРАЖИВАЊЕ ТРЕБА ДА СПРОВЕДУ У РАЗЛИЧИТИМ ПОСЛОВНИМ СИТУАЦИЈАМА. СТУДЕНТИ ЋЕ ЗНАТИ ДА ПРИМЕНЕ АДЕКВАТНЕ МЕТОДЕ ПРИКУПЉАЊА ПОДАТАКА КАО И ДА ПРЕПОЗНАЈУ И ПРИМЕНЕ ОДГОВАРАЈУЋЕ МЕТОДЕ ЗА АНАЛИЗУ ПРИКУПЉЕНИХ ПОДАТАКА. СТУДЕНТИ ЋЕ БИТИ У СПОСОБНОСТИ ДА ИНТЕРПРЕТИРАЈУ И КОМУНИЦИРАЈУ РЕЗУЛТАТЕ ИСТРАЖИВАЊА МЕНЏМЕНТУ.</p>			
<b>Садржај предмета</b>			
<i>Теоријска настава</i>			
<p>ПОЈАМ И УЛОГА ИСТРАЖИВАЊА У МАРКЕТИНГУ. СЕКУНДАРНА ИСТРАЖИВАЊА ПРИРОДА КВАЛИТАТИВНИХ ИСТРАЖИВАЊА. ПРИРОДА КВАНТИТАТИВНИХ ИСТРАЖИВАЊА. ДИЗАЈНИРАЊЕ ИСТРАЖИВАЊА. ОДАБИР УЗОРКА И ПРИКУПЉАЊЕ ПОДАТАКА. АНАЛИЗА ПОДАТАКА. ИЗБОР СТАТИСТИЧКИХ ТЕХНИКА. ТЕСТИРАЊЕ ХИПОТЕЗА И ТЕСТОВИ ПОВЕЗАНОСТИ. ТЕСТИРАЊЕ ХИПОТЕЗА И ТЕСТОВИ РАЗЛИЧИТОСТИ. МЕРЕЊЕ ПРЕФЕРЕНЦИЈА. ИНТЕРПРЕТАЦИЈА ПОДАТАКА И ИЗВЕШТАВАЊЕ.</p>			
<i>Практична настава</i>			
<p>ГРУПНИ РАД НА ИСТРАЖИВАЧКОМ ПРОЈЕКТУ. ИДЕНТИФИКОВАЊЕ СВРХЕ И ЦИЉЕВА ИСТРАЖИВАЊА. ОДАБИР ЦИЉНЕ ГРУПЕ. ВЕЖБЕ КРЕИРАЊА ИДЕАЛНОГ ПОТРОШАЧА. ПОСТАВЉАЊЕ ИСТРАЖИВАЧКИХ ХИПОТЕЗА. ПРИКУПЉАЊЕ ПОДАТАКА: СЕКУНДАРНИХ, КВАЛИТАТИВНИХ И КВАНТИТАТИВНИХ. ДИЗАЈНИРАЊЕ УПИТНИКА. ПРИКУПЉАЊЕ ПРИМАРНИХ ПОДАТАКА. ПРИПРЕМАЊЕ ПОДАТАКА ЗА ОБРАДУ. ВЕЖБЕ АНАЛИЗЕ ПОДАТАКА. КРЕИРАЊЕ ИЗВЕШТАЈА НА ОСНОВУ ПРИКУПЉЕНИХ ПОДАТАКА.</p>			
Литература			
Акер, А. Д., Кумар, В. & Деј, С. Г. (2008). <i>Макетиншко истраживање</i> . Београд, ЦИД, Економски факултет			
Котлер, Ф., Боуен, Ц., Мекенс, Ц., Балоглу, С. (2019). <i>Маркетинг у угоститељству, хотелијерству и туризму</i> . Београд, ЦИД, Економски факултет			
Котлер, Ф. & Келер, К.Л. (2017). <i>Маркетинг менаџмент</i> . 15. издање, Београд, Дата статус, Економски факултет			
<b>Број часова активне наставе</b>	<b>Теоријска настава: 3</b>	<b>Практична настава: 3</b>	
<b>Методe извођења наставе</b>			
Предавања, студије случаја, интерактивна дискусија, тимски рад у припреми и реализацији истраживачког пројекта., софтверска обрада података, презентација резултата, израда семинарских радова, консултације током израде истраживачког пројекта.			
<b>Оцена знања (максимални број поена 100)</b>			
<b>Предиспитне обавезе</b>	поена	<b>Завршни испит</b>	поена
активност у току предавања	<b>10</b>	писмени испит	<b>30</b>
практична настава	<b>20</b>	усмени испит	
колоквијум-и	<b>30</b>		
семинар-и	<b>10</b>		