

## SYLLABUS

**1. Puni naziv nastavnog predmeta:**

MARKETING INFORMACIONI SISTEMI I ISTRAŽIVANJE TRŽIŠTA

**2. Skraćeni naziv nastavnog predmeta / šifra:****3. Ciklus studija:**

1

**4. Bodovna vrijednost ECTS:**

6

**5. Status nastavnog predmeta:** Obavezni  Izborni**6. Preduslovi za polaganje nastavnog predmeta:**

Nema

**7. Ograničenja pristupa:**

Nema

**8. Trajanje / semestar:**

1

6

**9. Sedmični broj kontakt sati:**

9.1. Predavanja:

3

9.2. Auditorne vježbe:

1

9.3. Laboratorijske / praktične vježbe:

1

**10. Fakultet:**

EKONOMSKI FAKULTET

**11. Odsjek / Studijski program:**

POSLOVNA EKONOMIJA

**12. Odgovorni nastavnik:**

Dr. sc.

**13. E-mail nastavnika:**

**14. Web stranica:**

www.ef.untz.ba

**15. Ciljevi nastavnog predmeta:**

Sticanje znanja studenata o teorijskim i metodološkim postavkama istraživanja tržišta i osposobljavanje studenata za samostalnu realizaciju istraživačkih projekata.

**16. Ishodi učenja:****17. Indikativni sadržaj nastavnog predmeta:**

- Osnove istraživanja tržišta;
- Informacione potrebe u marketing odlučivanju i projekt istraživanja;
- Metode mjerenja u istraživanju tržišta;
- Sekundarno i primarno prikupljanje podataka;
- Uzorci i uzorkovanje;
- Kvantitativno i kvalitativno istraživanje tržišta;
- Statistička analiza prikupljenih podataka;
- Interpretacija rezultata istraživanja i pisanje izvještaja;
- Marketing informacioni sistem;
- Online marketinška istraživanja;
- Razvoj web i mail istraživanja;
- Softverska podrška u izgradnji marketing informacionog sistema (ERP, BI, OCR...);
- Sigurnost marketinških operacija.

**18. Metode učenja:**

Predavanja, vježbe (A), seminarski radovi i  
Konsultacije

**19. Objašnjenje o provjeri znanja:**

Provjera znanja studenta će se vršiti u skladu s Pravilima studiranja na I ciklusu studija, Pravilima o načinu polaganja ispita i ocjenjivanja studenata, Statutom Univerziteta u Tuzli i silabusom koji predmetni nastavnik treba obezbijediti na početku svake akademske godine.

**20. Težinski faktor provjere:****21. Osnovna literatura:**

1. Hanić, H., Istraživanje tržišta i marketing informacijski sistemi, CID, Ekonomski fakultet, Beograd, 2006.
2. Malhotra, N.K., Marketing Research: An Applied Orientation, Pearson Education, New Jersey, 2004.
3. Marušić M., Vranešević T., Istraživanje tržišta, V izdanje, ADECO, Zagreb, 2001.
4. Tihi, B., Istraživanje marketinga, Dom štampe, Zenica, 2003.
5. Zahirović, S., Istraživanje tržišta (Knjiga u pripremi)

**22. Internet web reference:****23. U primjeni od akademske godine:**

2017/2018

**24. Usvojen na sjednici NNV/UNV:**

24.04.2017.