Sveučilište u Zagrebu Agronomski fakultet
Svetošimunska cesta 25, 10000 Zagreb
Telefon: +385 (0)1 2393 777
E-mail: dekanat@agr.hr
Web: www.agr.unizg.hr

Istraživanje tržišta (132881)

Nositelj predmeta

prof. dr. sc. Damir Kovačić

Opis predmeta

U okviru modula teoretski se obrađuju slijedeći programski dijelovi: uloga informacija u marketingu, izvori i mjerenje informacija, metode i instrumenti istraživanja tržišta, analiza i vrednovanje prikupljenih podataka, primjena istraživanja tržišta na odabrana područja marketinga te organizacija istraživanja tržišta u praksi. Studentima će se upoznati s mogućnostima jednovarijatne i dvovarijatne statističke analize u programu SPSS. U okviru seminarskog rada studenti će provesti jednostavno istraživanje tržišta.

ECTS: **6.00**

Engleski jezik: **R1**

E-učenje: **R2**

Sati nastave: 60
Predavanja: 40
Seminar: 20

Izvođač predavanja

- prof. dr. sc. Damir Kovačić

Izvođač seminara

- prof. dr. sc. Damir Kovačić
- doc. dr. sc. Marina Tomić Maksan

Ocjenjivanje

Dovoljan (2): 60 - 70%
Dobar (3): 71 - 80%
Vrlo dobar (4): 81 - 90%
Izvrstan (5): 91 - 100%

Uvjeti za dobivanje potpisa

Prisustvovanje predavanjima i seminarima.

Vrsta predmeta

- Diplomski studij / Agrobiznis i ruralni razvitak (Obvezni predmet, 1. semestar, 1. godina)

Opće kompetencije

U okviru ovog modula studenti će dobiti temeljna znanja iz istraživanja tržišta i pripremiti se za samostalno provođenje jednostavnih istraživnja tržišta.

Developed by Superfluo d.o.o. • www.superfluo.hr

Sveučilište u Zagrebu Agronomski fakultet
Svetošimunska cesta 25, 10000 Zagreb
Telefon: +385 (0)1 2393 777
E-mail: dekanat@agr.hr
Web: www.agr.unizg.hr

Oblici nastave

- Predavanja
  Predavanja se izvode uz pomoć power point prezentacija. Teoretski dio predavanja nadopunjen je praktičnim primjerima. Studenti se potičnu na aktivno sudjelovanje u nastavi.
- Seminari
  Studenti zajedno s nastavnicima dizajniraju jedno jednostavno istraživanje tržišta i sudjeluju u prikupljanju podataka. Prikupljene podatke samostalno obrađuju i analiziraju u programu SPSS. Na kraju u seminarskom radu evidentiraju sve faze istraživanja tržišta i predaju ga u pisanom obliku na ocjenjivanje.

Ishodi učenja i način provjere

Ishod učenja	Način provjere
Prepoznati potrebnu za istraživanjem tržišta	Usmeni ispit
Definirati proces istraživanja tržišta, vrste istraživanja i primjenu istraživanja	Usmeni ispit
Izraditi jednostavne instrumente za istraživanje tržišta, podjestnik za intervju i anketni upitnik	Seminarski rad
Primjeniti jednovarijatne i dvovarijatne metode statističke analize	Usmeni ispit
Dizajnirati jednostavno istraživanje tržišta	Usmeni ispit
Provesti istraživanje tržišta, vrednovati i interpretirati rezultate istraživanja	Seminarski rad
Dostići razinu znanja iz područja istraživanja tržišta za cjeloživotno obrazovanje i/ili nastavak na trećoj razini studija	Usmeni ispit, seminarski rad

Način rada

Obveze nastavnika

Održavanje predavanja, pomoć pri izradi seminarskih radova

Obveze studenta

Pohađanje nastave, izrada seminarskog rada, polaganje usmenog ispita

Polaganje ispita

Elementi praćenja	Maksimalno bodova ili udio u ocjeni	Bodovna skala ocjena	Ocjena	Broj sati izravne nastave	Ukupni broj sati rada prosječnog studenta	ECTS bodovi
Usvojenost programskog sadržaja – usmeni ispit	80%	<60% 60 - 70% 71 - 80% 81 - 90% 91 - 100%	Nedovoljan (1) Dovoljan (2) Dobar (3) Vrlo dobar (4) Izvrstan (5)	40	150	5

Developed by Superfluo d.o.o. • www.superfluo.hr

Sveučilište u Zagrebu Agronomski fakultet
Svetošimunska cesta 25, 10000 Zagreb
Telefon: +385 (0)1 2393 777
E-mail: dekanat@agr.hr
Web: www.agr.unizg.hr

Elementi praćenja	Maksimalno bodova ili udio u ocjeni	Bodovna skala ocjena	Ocjena	Broj sati izravne nastave	Ukupni broj sati rada prosječnog studenta	ECTS bodovi
Seminarski rad	20%	<30 30 - 35 36 - 40 41 - 45 46 - 50	Nedovoljan (1) Dovoljan (2) Dobar (3) Vrlo dobar (4) Izvrstan (5)	20	30	1
UKUPNO	100%			60	180	6

Tjedni plan nastave

1. Odlučivanje i informacije, komunikacijski proces, prikupljanje informacija, MIS, potreba za istraživanjem tržišta
2. Proces istraživanja tržišta, plan prikupljanja primarnih podataka
3. Postupak biranja uzorka, vrste uzoraka, veličina uzorka
4. Objektivnost, pouzdanost, valjanost istraživanja, mjerenje podataka, mjerni nivo i skaliranje, mjerenje stavova
5. Istraživanje dosadašnjih iskustava, analiza odabranih slučajeva, skupni intervju, dubinski intervju, projektilne tehnike, metoda ispitivanja, paneli, metoda promatranja
6. Eksperimentalni postupak, vrste eksperimenta, laboratorijski eksperiment, test u kućanstvu, pokusni marketing
7. Priprema podataka za računalnu obradu, deskriptivna analiza, jednovarijantna analiza, dvovarijantna analiza, sastavljanje izvješća
8. Istraživanje za potrebe segmentacije tržišta, prognoze prodaje, preferencija potrošača
9. Istraživanje za potrebe razvoja proizvoda, oglašavanja
10. Istraživanje za potrebe određivanja cijene, zadovoljstva potrošača i vrijednosti marke proizvoda
11. Seminar - Analiza jednog primjera istraživanja tržišta provedenog za potrebe agrobiznisa
12. Seminar - Dizajniranje istraživanja
13. Seminar - Provođenje terenskog istraživanja
14. Seminar - Unos i obrada rezultata istraživanja
15. Seminar – Analiza prikupljenih podataka i pisanje izvješća

Preduvjeti

- Marketing u poljoprivredi (132792)

Obvezna literatura

1. Marušić, M. i Vranešević, T. (2001.): Istraživanje tržišta, Adeco, Zagreb
2. Prilog uz vježbe - Interni materijali (skripta)

Preporučena literatura

1. McCarthy, E. J., Perreault, Jr., W. D. (1990.): Basic marketing, Irwin, 10 edition
2. McDaniel, C, Gates, R. (2012): Marketing Research, 9th Edition, John Wiley & Sons Inc.
3. Berekoven, L., Eckert, W., Ellenrieder P. (1996.): Marktforschung, Methodische Grundlagen und praktische Anwendung, 7. Auflage, Gabler

Developed by Superfluo d.o.o. • www.superfluo.hr

Sveučilište u Zagrebu Agronomski fakultet
Svetošimunska cesta 25, 10000 Zagreb
Telefon: +385 (0)1 2393 777
E-mail: dekanat@agr.hr
Web: www.agr.unizg.hr

Sličan predmet na srodnim sveučilištima

- Market research, BOKU, Wien, Austria
- Market research in Agribusiness, University of Arkansas, USA

Developed by Superfluo d.o.o. • www.superfluo.hr