

## Spisak ispitnih pitanja iz predmeta Istraživanje tržišta u turizmu

### I oblast

- |                                         |                  |
|-----------------------------------------|------------------|
| 1. Pojam marketing istraživanja         | K2 (4-5 str)     |
| 2. Sadržaj marketing istraživanja       | K2 (5-8 str)     |
| 3. Postupak marketing istraživanja      | K4 (153-156 str) |
| 4. Klasifikacija marketing istraživanja | K2 (11-13 str)   |
| 5. Sekundarni podaci                    | K2 (14-18 str)   |
| 6. Primarni podaci                      | K2 (34-35 str)   |
| 7. Metoda posmatranja                   | K2 (40-42 str)   |
| 8. Metod ispitivanja                    | K2 (36-40 str)   |
| 9. Eksperimentalni metod                | K2 (42 str)      |
| 10. Strategije uzorkovanja              | K2 (50-52 str)   |

### II oblast

- |                                                    |                   |
|----------------------------------------------------|-------------------|
| 11. Analiza podataka                               | K3 (222-225)      |
| 12. Sadržaj izveštaja                              | K3 (246-247 str)  |
| 13. Subjekti koji se bave istraživanjem tržišta    | K2 (75-78)        |
| 14. Prednosti i ograničenja marketing istraživanja | K1 (2.3 naslov)   |
| 15. Analiza i predviđanje tražnje                  | K1 (3.2.1 naslov) |
| 16. Predviđanje prodaje                            | K1 (3.2.3 naslov) |
| 17. Pojam i svrha segmentacije tržišta             | K1 (4.1.1 naslov) |
| 18. Kriterijumi za segmentaciju tržišta            | K1 (4.1.2 oblast) |
| 19. Izbor ciljnog tržišta                          | K1 (4.2.1 naslov) |
| 20. Pozicioniranje proizvoda                       | K1 (4.2.2 naslov) |

### III oblast

- |                                                           |                   |
|-----------------------------------------------------------|-------------------|
| 21. Ciljevi i svrha istraživanja ponašanja potrošača      | K1 (5.1 naslov)   |
| 22. Ekonomsko objašnjenje ponašanja potrošača             | K1 (5.2.1 naslov) |
| 23. Sociološko objašnjenje ponašanja potrošača            | K1 (5.2.2 naslov) |
| 24. Psihološko objašnjenje ponašanja potrošača            | K1 (5.2.3 naslov) |
| 25. Proces odlučivanja potrošača o kupovini               | K1 (5.3 naslov)   |
| 26. Pojam i karakteristike turističkog tržišta            | K5 (11-12 str)    |
| 27. Turističke potrebe i turistička potrošnja             | K5 (15-18 str)    |
| 28. Karakteristike turističke tražnje i turističke ponude | K5 (19-20 str)    |
| 29. Osobnosti u funkcionisanju turističkog tržišta        | K5 (20-22 str)    |
| 30. Istraživanje turističkog tržišta                      | K5 (48-51 str)    |

## Literatura

K1 – Vasiljev, S., Sudarević, T. (2014) *Marketing principi*, Prometej, Novi Sad

K2 – Stanković, Lj., Avramović, M. (2007) *Marketing istraživanja*, Ekonomski fakultet, Niš

K3 – Vest, K. (2004) *Istraživanje tržišta*, Klio, Beograd

K4 – Milisavljević, M., Maričić, B., Gligorijević, M. (2017) *Osnovi marketinga*, Ekonomski fakultet, Beograd

K5 – Popesku, J. (2002) *Marketing u turizmu*, Beograd

Sva neophodna literatura nalazi se u biblioteci Visoke poslovne škole strukovnih studija u Leskovcu.