

Spisak ispitnih pitanja iz predmeta Istraživanje tržišta

I oblast

1. Pojam marketing istraživanja	K2 (4-5 str)
2. Sadržaj marketing istraživanja	K2 (5-8 str)
3. Marketing informacije i proces upravljanja	K1 (1.1 naslov)
4. Uloga marketing informacija u procesu istraživanja	K1 (1.2 naslov)
5. Postupak marketing istraživanja	K4 (153-156 str)
6. Klasifikacija marketing istraživanja	K2 (11-13 str)
7. Sekundarni podaci	K2 (14-18 str)
8. Primarni podaci	K2 (34-35 str)
9. Metoda posmatranja	K2 (40-42 str)
10. Metod ispitivanja	K2 (36-40 str)
11. Eksperimentalni metod	K2 (42 str)

II oblast

12. Testovi asociranja	K2 (43-44 str)
13. Projektivne tehnike	K2 (45 str)
14. Skala tehnike	K2 (45-48 str)
15. Strategije uzorkovanja	K2 (50-52 str)
16. Analiza podataka	K3 (222-225)
17. Sadržaj izveštaja	K3 (246-247 str)
18. Subjekti koji se bave istraživanjem tržišta	K2 (75-78)
19. Prednosti i ograničenja marketing istraživanja	K1 (2.3 naslov)
20. Istraživanje tržišta na nivou nacionalne ekonomije	K1 (3.1 naslov)
21. Istraživanje tržišta na nivou preduzeća	K1 (3.2 naslov)
22. Analiza i predviđanje tražnje	K1 (3.2.1 naslov)

III oblast

23. Predviđanje prodaje	K1 (3.2.3 naslov)
24. Pojam i svrha segmentacije tržišta	K1 (4.1.1 naslov)
25. Kriterijumi za segmentaciju tržišta	K1 (4.1.2 oblast)
26. Izbor ciljnog tržišta	K1 (4.2.1 naslov)
27. Pozicioniranje proizvoda	K1 (4.2.2 naslov)
28. Ciljevi i svrha istraživanja ponašanja potrošača	K1 (5.1 naslov)
29. Ekonomsko objašnjenje ponašanja potrošača	K1 (5.2.1 naslov)
30. Sociološko objašnjenje ponašanja potrošača	K1 (5.2.2 naslov)
31. Psihološko objašnjenje ponašanja potrošača	K1 (5.2.3 naslov)
32. Proces odlučivanja potrošača o kupovini	K1 (5.3 naslov)
33. Istraživanje konkurencije	K1 (6 naslov)

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

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