|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Студијски програм: МАС Туризам** | | | | |
| **Назив предмета:** Маркетинг истраживања у туризму | | | | |
| **Наставник/наставници:** [Невена Ј. Ћурчић](../../Standard%209/Tabela%209.1a%20-%20Knjiga%20nastavnika/Nevena%20Curcic.docx) | | | | |
| **Статус предмета**: Обавезан на модулу Т | | | | |
| **Број ЕСПБ**: 6 | | | | |
| **Услов:** положен испит из предмета са основних студија Маркетинг у туризму и угоститељству | | | | |
| **Циљ предмета**  Стицање знања студената из области метода и техника истраживања маркетинга у туризму, као и изградње целовитог маркетинг информационог система предузећа, без чега нема доношења релевантних пословних одлука. | | | | |
| **Исход предмета**  Студенти ће стећи знања о основним потребама, елементима и значају маркетинг истраживања у туризму. Савладаће кроз конкретне примере најчешће примењиване методе за маркетинг истраживања, пратећи целокупан процес планирања, припреме, извођења истраживања, као и обраде добијених података и тумачење резултата. Пратиће истраживање у контексту Маркетинг информационог система. Студенти ће бити оспособљени за организацију, реализацију и управљање маркетинг истраживањима у туризму. | | | | |
| **Садржај предмета**  *Теоријска настава*  Значај маркетинг истраживања. Типологија маркетинг истраживања. Носиоци маркетинг истраживања. Процес маркетинг истраживања. Карактеристике успешног маркетинг истраживања. Нове могућности у области маркетиншких истраживања. Програмирање активности истраживања. Извори података за маркетинг истраживања (примарни и секударни подаци, survey research и панели, експериментална метода, анализа података). Узорковање (појам и значај узорка, одређивање величине узорка, врсте узорка). Анализа, интерпретација и прогнозирање. Састављање извештаја по обављеном маркетинг истраживању. Проблем мерења у маркетинг истраживањима. Дефинисање контроле маркетинг активности и неке њене карактеристике. Управљање маркетинг истраживањем (улога менаџера и маркетинг истраживача, трошкови и буџетирање маркетинг истраживања, организација маркетинг истраживања). Компоненте маркетинг информационог система. Циљеви маркетинг информационог система. Изградња и имплементација маркетинг информационог система. Организациони контекст маркетинг информационог система.  *Практична настава*  Студенти су оспособљени да разликују секундарне и и примарне изворе података за маркетинг истраживања у туризму. Студенти самостално сакупљају, обрађују и анализирају податке из секундарних извора података и доносе релевантне закључке (анализа туристичког промета за 30-годишњи период). Студенти су обучени за креирање и реализацију дубинског интервјуа. Такође, студенти ће савладати рад са базом података (унос података) као и обраду и анализу података у оквиру статистичког пакета СПСС. | | | | |
| **Литература**  *Основна литература*   1. Салаи С., Божидаревић Д. (2013): Маркетинг истраживање. Економски факултет, Суботица. 2. Акер Д., Кумар В., Деј Џ. (2008): Маркетиншко истраживање. Економски факултет, Београд. 3. Вукмировић Ј., Вукмировић Д. (2011): Маркетинг истраживања. Београдска пословна школа, Београд.   *Допунска литература*   1. Pallant J. (2017): SPSS: priručnik za preživljavanje: postupni vodič kroz analizu podataka pomoću IBM SPSS. Mikro knjiga, Beograd. 2. Hair F. J., Bush P. R., Ortinau J. D. (2006): Marketing Reserach – Within a Changing Information Enviroment. 3rd edition, McGraw-Hill Irwin. | | | | |
| **Број часова активне наставе:** 5 | | **Теоријска настава:**  3 | | **Практична настава:**  2 |
| **Методе извођења наставе**  Фронтални и индиректни облици. Метода усменог излагања, метода разговара, илустративно-демонстративна метода и др. Посета предузећима или гостовање стручњака који спроводе маркетинг истраживања у туризму. Рад са студентима на самосталном проналажењу и обради стручног материјала, квантитативно-квалитативној анализи статистичких показатеља и држање излагања уз контролу предметног професора и асистента. | | | | |
| **Оцена знања (максимални број поена 100)** | | | | |
| **Предиспитне обавезе** | **поена** | | **Завршни испит** | **поена** |
| активност у току предавања | **0-5** | | писмени испит |  |
| активност у току вежби/ практична настава | **0-5** | | усмени испит | **30-50** |
| колоквијум | **0-20** | | *..........* |  |
| семинар-и | **0-20** | |  |  |