|  |  |
| --- | --- |
| **DATUM** | **NASTAVNA JEDINICA** |
| **8.11** | Kraće razmatranje prakse marketing istraživanja  Glavne oblasti istraživanja  Upoznavanje sa mogućnostima koje pruža poslovna karijera u oblasti marketing istraživanja  Neophodna znanja za praćenje kursa Marketing istraživanja |
| **15.11** | Proces marketing istraživanja (upoznavanje sa različitim fazama procesa marketing istraživanja)  Dizajn i implementacija istraživanja  Razvoj istraživačkog pitanja  Procesi u razvoju hipoteza (primarna I sekundarni izvori podataka)  Greške u dizajnu istraživanja  Predlog istraživanja (diskusija vezana za pripremu istraživanja- seminarski rad)  Pretraživanje baza naučnih radova  Kobson- ScienceDirect/Ebsco |
| **22.11** | Primarni izvori prikupljanja podataka  Prikupljanje informacija: Kvalitativne i opservacione metode (focus grupa i dubinski intervju)  Prikupljanje informacija: Kvantitativni metode (različiti anketni metodi)  Merenje stavovova anketnim metodom  Merenje i skaliranje u marketing istraživanju:   * *Kategorički podaci-dihotomni, trihotomni, polihotomni* * *Numerički podaci- nominalni, ordinalni, intervalni I racio podaci*   Vrste skala za merenje stavova (klasifikacija skala )  Kratko ponavljanje tipova pitanja u dizajniranju upitnika (radjeno na osnovnim studijama iz predmeta Marketing)  Problemi pri prikupljanju podataka |
| **29.11** | Tumačenje skala stavova  Relacije između varijabli (povezanost, predikcija, zavisnost, uzročnost)  Validnost (kriterijumska, konstruktna, sadržinska)  Pouzdanost (slučajne I sistemske greške)  Uzorkovanje (pojam uzorkovanja, uzoračke populacije, uzoračkog okvira)  Tipovi ***slučajnog*** (Prost slučajni uzorak, Sistematski slučajni uzorak, Stratifikovani slučajni uzorak, Klasterski slučajni uzorak) I ***neslučajnog*** (Prigodni uzorak, Kvotni uzorak, Namerni uzorak) uzorkovanja  Izbor/prednosti i nedostaci pojedinačnih tipova uzorkovanja  Vežba uzorkovanja  Diskusija oko nacrta za istraživanje- seminarski rad |
| **6.12** | Veličina uzorka I statistička teorija   * *Iskustvena pravila* * *Budžetska ograničenja* * *Uporedivost istraživanja*   Faktori koji utiču na veličinu uzorka (normalna distribucija, intervali poverenja,varijabilnost populacije)  Korišćenje RaoSofta Sample size calculator  Populacijski ocenjivači   * *Mere centralne tendencije: aritmetička sredina, medijana, mod, kvantili* * *Mere rasipanja: uzoračka disperzija (varijansa), standardna devijacija, mere nagiba I spljoštenosti/izduženosti*   Izvodjenje deskriptivne statistike I frekvencija u SPSS  Grafički prikaz mera centralne tendencije I mera rasipanja  Zadaci |
| **13.12** | Analiza podataka  Logički koncept testiranja hipoteza (nulta I alternativna hipoteza)  Faktori koji utiču na izbor statističke tehnike   * *vrsta podataka* * *dizajn istraživanja (nezavisnost istrazivanja, broj grupa, broj varijabli)*   Deskriptivni statistici I frekvencije  Provera normalnosti distribucije  Provera interne konzistentnosti skala  Pregled statističkih tehnika: Univarijanstne I multivarijantne tehnike  Unakrsno tabeliranje (cross tabulations) I hi- kvadrat   * *hi kvadrat test nezavisnosti (tumačenje testa nezavisnosti)* * *jačina povezanosti (koeficijent kontigencije)*   Demonstracija primene statističkih analiza u SPSS  Zadaci i vežbanje |
| **20.12** | Testiranje hipoteze: Srednje vrednosti I proporcije  Testiranje hipoteze o srednjim vrednostima (dvostrani I jednostrani test)  Testiranje hipoteze o razlici između srednjih vrednosti: analiza varijanse (ANOVA)   * *jednofaktorska analiza varijansi* * *dvofaktorska analiza varijansi*   Demonstracija analize varijanse u SPSS (razumevanje autputa i interpretacija rezultata) |
| **27.12** | Korelaciona i regresiona analiza  Razumevanje upotrebe korelacije kao mere povezanosti  Razlikovanje proste I parcijalne korelacije   * *kovarijansa I korelacija* * *Pirsonov Koeficijent korelacije* * *testiranje značajnosti koeficijenta korelacije* * *koeficijent parcijalne korelacije*   Razumevanje ciljeva regresione analize  Tumačenje ocena paramenara  Razmatranje mogućnosti primene regresione analize   * *pretpostavke regresionog modela* * *model proste linearne regresije* * *model višestruke regresije* * *ocena parametara modela*   Demonstracija analiza u SPSS (razumevanja autputa I interpretacija rezultata, grafički prikazi I tumačenja)  Pitanja I zadaci |
| **10.01** | ***Seminar upotreba SPSS***  Unos podataka/importovanje podataka iz Excela  *Preliminarne analize*  Kodiranje/Rekodiranje  Manipulacija podacima: detekcija pogrešnih unosa, zamena nedostajućih podataka  Provera normalnosti distribucije  Otkrivanje netipičnih tačaka  *Dorada podataka*  Transformacije promenljivih  Podela neprekidnih promenljivih na grupe  Smanjivanje broja kategorija kategoričkih promenljivih  *Analize*  Provera pouzdanosti mernih skala  Izbor prikladnih statističkih tehnika  *Deskriptivna statistika I frekvencije*  *Statističke tehnike za poređenje grupa*  Unakrsno tabeliranje (cross tabulations)  hi- kvadrat  T test  Analiza varijanse ANOVA  *Statističke tehnike za istraživanje veza između promenljivih*  Korelacija/Delimična korelacija  Višestruka Regresija  Čitanje i interpretacija rezultata  Eksportovanje rezultata u doc file |

**Literatura:**

1. Aker, A. D., Kumar, V., Dej S. Dž. (2008). Marketinško istraživanje (9 izdanje). John Wiley and Sons Inc.

2. Palant, J. (2009). SPSS priručnik za preživljavanje. Mikro knjiga.