**ISPITNA PITANJA IZ PREDMETA MARKETING ISTRAŽIVANJE**

**Poglavlje IV**

1. Definisanje problema marketing istraživanja (definisanje cilja i radne hipoteze) (104-107)
2. Programiranje aktivnosti istraživanja (šest etapa) (107-114)
3. Komparativni metod (116-117)
4. Metod ispitivanja (subjekti, sadržaj, priprema ispitivanja) (117-127)
5. Metod ispitivanja (lična komunikacija) (127-134)
6. Metod ispitivanja (dopisna komunikacija i komunikacija putem telefona, komunikacija posredstvom računara) (134-141)
7. Sredstva metoda ispitivanja (upitnik) (141-153)
8. Metod posmatranja (171-176)
9. Eksperimentalni metod i online marketing istraživanje (176-183)
10. Definisanje osnovnog skupa i uzorka (183-185)
11. Analiza, interpretacija i prognoziranje (185-198)
12. Sastavljanje izveštaja i prezentacija rezultata (198-204)

**Poglavlje VI**

1. Informacije marketing istraživanja u funkciji planiranja razvoja proizvoda (244-262)
2. Informacije marketing istraživanja u funkciji cena (262-266)
3. Informacije marketing istraživanja u funkciji marketing kanala (266-271)
4. Informacije makreting istraživanja u funkciji marketing komuniciranja (271-286)

**Napomena:**

Kod pitanja koja u sebi sadrže više podnaslova potrebno je objasniti svaki podnaslov.

Literatura: *Marketing istraživanje; Suzana Salai, Desanka Božidarević, Subotica, 2009.*

**Napomena:**

Završni ispit sastoji se od 12 konkretnih pitanja koji nose različit broj poena.

Ukupan broj poena na testu je 55.

Ispit je položen sa minimumom od 28 poena.