|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **01-04-П** |  | **страна 1 од 2** |
| **ПРЕДМЕТ** |  **ИСТРАЖИВАЊЕ ТРЖИШТА** | **1919/2020** |

|  |  |
| --- | --- |
| **ТЕМА****ПРЕДАВАЊА** | **Узорковање и анкетни упитник** |
|  | Истраживање тржишта (када су у питању велики скупови као што су потрошачи неког производа, домаћинства која га купују, и слично) може да се обави делимичним посматрањем на одабраним јединицама које чине узорак. Један од начина да се посматрање обави јесте примена анкетног упитника. |  |
|  | **1** | **Стратегија узорковања**  |  |
|  |  | **\*** | **Јединице узорковања** |  |
|  |  | **\*** | **Прост случајан узорак**  |  |
|  |  | **\*** | **Систематски узорак** |  |
|  |  | **\*** | **Стратификован узорак** |  |
|  |  |  |  |  |
|  | **2** | **Примена анкетног упитника** |  |
|  |  | **\*** | **Анкетни упитник као инструмент истраживања** |  |
|  |  | **\*** | **Квалитет упитника** |  |
|  |  | **\*** | **Пробни упитник, пробно истраживање**  |  |
|  |  |  |  |  |
|  | **3** | **Поступак креирања упитника** |  |
|  |  | **\*** | **Састављање питања**  |  |
|  |  |  |  **Питања која долазе у обзир** |  |
|  |  |  |  **Одабир питања**  **Правила која помажу при одабиру и укључењу питања у упитник** |  |
|  |  | **\*** | **Врсте питања**  |  |
|  |  | **\*** | **Редослед питања** |  |
|  |  | **\*** | **Број питања у упитнику** |  |
|  |  | **\*** | **Форма упитника** |  |
|  |  | **\*** | **Тестирање упитника** |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |

|  |
| --- |
| **страна 2 од 2** |
|  | **3** | **Организовање прикупљања података путем анкетног упитника** |  |
|  |  | **\*** | **Избор и обука анкетара**  |  |
|  |  | **\*** | **Контрола рада анкетара**  |  |
|  |  | **\*** | **Оцена анкетаровог рада** |  |
|  |  |  |  |
|  |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Основна литература** | Ханић, Х., Вићентић, М. & Ђурица, М. (2010). Истраживање тржишта. Ваљево: Висока пословна школа струковних студија | стр. 43‒47стр. 108‒127 |