|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **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. 43‒47  стр. 108‒127 |