|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **08-04-П** |  | **страна 1 од 2** | |
| **ПРЕДМЕТ** | **ИСТРАЖИВАЊЕ ТРЖИШТА** | | **1919/2020** |

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **ТЕМА**  **ПРЕДАВАЊА** | | | | | **Примена истраживања тржишта** | | |
|  | | | | | У пословању предузећа примена истраживања тржишта је повезана с основним циљевима предузећа. Истраживањем тржишта процењеују се могућности остварења циљева. Резултати истраживања тржишта представљају значајне информације у вођењу пословне политике. Поготово је важна улога истраживања тржишта у сагледавању конјунктурних кретања, увођењу нових производа, и анализи понашања потрошача. |  | |
|  | **1** | **Идентификовање тржишних могућности** | | | | |  |
|  |  | **\*** | | **Садашње и будуће развојне могућности предузећа** | | |  |
|  |  | **\*** | | **Потенцијална тржишта** | | |  |
|  |  | **\*** | | **Оцена тржишних могућности** | | |  |
|  |  |  |  | | | |  |
|  | **2** | **Истраживање конјунктуре тржишта** | | | | |  |
|  |  | **\*** | **Садржај конјунктурних истраживања** | | | |  |
|  |  | **\*** | **Задаци конјунктурних истраживања** | | | |  |
|  |  | **\*** | **Методе конјунктурних истраживања** | | | |  |
|  |  |  |  | | | |  |
|  | **3** | **Развој нових нових производа** | | | | |  |
|  |  | **\*** | **Идеје за нови производ** | | | |  |
|  |  |  | **Проналажење идеја** | | | |  |
|  |  |  | **Прелиминарна оцена идеја**  **Анализа исзводљивости** | | | |  |
|  |  | **\*** | **Развој нових производа** | | | |  |
|  |  | **\*** | **Тржишно тестирање** | | | |  |
|  |  | **\*** | **Комерцијализација производа** | | | |  |
|  |  | **\*** | **Процес прихватања новог производа** | | | |  |
|  |  |  |  | | | |  |
|  |  |  |  | | | |  |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **страна 2 од 2** | | | | |
|  | **3** | **Истраживање понашања потрошача** | |  |
|  |  | **\*** | **Потрошачеве потребе** |  |
|  |  | **\*** | **Детерниманте понашања потрошча** |  |
|  |  | **\*** | **Мотивациона истраживања потрошача** |  |
|  |  | **\*** | **Потрошачева права** |  |
|  |  | **\*** | **Истраживање понашања потрошача на тржишту индустријских производа** |  |
|  |  |  |  |  |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Основна литература** | Милетић, С. (2004) *Истраживање тржишта*, Економски факултет, Приштина/З. Поток. | 31‒33  343‒349  262‒279  317‒337 |
| **Алтернативна и допунска литература** | Ханић, Х., Вићентић, М. & Ђурица, М. (2010). Истраживање тржишта. Ваљево: Висока пословна школа струковних студија | стр. 269‒277  стр. 108‒127 |
| Нићин, С. (2014) Истраживање тржишта, Европски универзитет, Брчко. http://www.evropskiuniverzitet-brcko.com | стр. 53‒97 |