|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **20-05-П** |  | **страна 1 од 2** |
| **ПРЕДМЕТ** |  **ИСТРАЖИВАЊЕ ТРЖИШТА** | **1919/2020** |

|  |  |
| --- | --- |
| **ТЕМА****ПРЕДАВАЊА** | **Истраживање међународног тржишта** |
|  | На међународном тржишту предузеће се среће са конкуренцијом коју унапред не познаје, о којој обично недостају искуства ако се предузеће раније није на њему појављивало. Због тога се као важан задатак поставља анализа тог тржишта како би се о њему стекао суд неопходан за доношење одлуке о изласку на њега.  |  |
|  | **1** | **Специфичности истраживања међународног тржишта** |  |
|  |  | **\*** | **Предузеће и међународна размена**  |  |
|  |  |  | **Актери из две или више земаља** |  |
|  |  |  | **Међународно тржиште, светско тржиште** |  |
|  |  |  | **Сличности и разлике инострсног и домаћег тржишта** |  |
|  |  |  | **Окружење и инострано тржиште** |  |
|  |  |  | **Ривалитет на међународном тржишту** |  |
|  |  | **\*** | **Излазак предузећа на инострано тржиште** |  |
|  |  | **\*** | **Притисак конкуренције на иностраном тржишту** |  |
|  |  |  | **Трошкови производње** |  |
|  |  |  | **Значај који се везује за марку производа** |  |
|  |  |  | **Тржишни удео у земљама региона** |  |
|  |  |  |  |  |
|  | **2** | **Задаци и подручја истраживања иностраног тржишта** |  |
|  |  | **\*** | **Сгледавање ризика** |  |
|  |  | **\*** | **Истраживања која се везују за окружење** |  |
|  |  | **\*** | **Инструменти маркетинг микса** |  |
|  |  | **\*** | **Истраживања која се везују за потрошаче** |  |
|  |  | **\*** | **Истраживања која се везују за понуђаче** |  |
|  |  | **\*** | **Избор стратегије при наступу на међународном тржишту** |  |

|  |
| --- |
| **страна 2 од 2** |
|  | **3** | **Методолошки приступ истраживању иностраног тржишта** |  |
|  |  | **\*** | **Прелиминарна истраживања (макроекономска)** |  |
|  |  |  | **Страна земља- географски аспект** |  |
|  |  |  | **Демографске одлике** |  |
|  |  |  | **Друштвено уређење** |  |
|  |  |  | **Природни ресурси** |  |
|  |  |  | **Актуелно економско стање** |  |
|  |  |  | **Трговинска размена** |  |
|  |  | **\*** | **Квантитативно-квалитативна анализа** |  |
|  |  |  | **Прелиминарно и истраживање као оријентација** |  |
|  |  |  | **Теренска истраживања** |  |
|  |  |  | **Истраживања која се везују за конкретан производ (величина и структура тржишта, идентификација конкурената, њихова снага и тржишни удео, асортиман и цене, прописи који регулишу размену, облици промоције)** |  |
|  |  |  | **Одлука за улазак на инострано тржиште** |  |
|  | **4** | **Процес истраживања међународном тржишта** |
|  | **\*** | **Прикупљање података и информација о иностраним тржиштима** |  |
|  | **\*** | **Анализа података** |  |
|  | **\*** | **Прогнозирање** |  |
|  | **\*** | **Састављање извештаја** |  |
|  | **\*** | **Презентација резултата истраживања** |  |
|  | **страна 3 од 3** |
| **5** | **Информациони систем у истраживању међународног тржишта** |
|  |  | **\* Макроекономски подаци** |  |
|  |  | **\* Подаци о тржиштима појединих производа** |  |
|  | **6** | **Међународни кодекс праксе у истраживању тржишта** |  |
|  |  | **Кодекс Међунардне трговачке коморе и Европског удружења за истраживање јавног мњења и маркетинга** |  |
|  |  | **Истраживач, клијент и испитаник** |  |
|  |  | **Општа правила** |  |
|  |  | **Права испитаника** |  |
|  |  | **Професионална одговорност истраживача** |  |
|  |  | **Заједничка права и обавезе истраживача и клијената** |  |
|  |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Основна литература** | Милетић, С. (2010). Истраживање тржишта. Косовска Митровица: Универзитет у Приштини. Део: Међународно истраживање иностраног тржишта  | стр. 377-393 односно одговарајуће стране за овај део у другим издањима књиге |
| Ханић, Х., Вићентић, М. & Ђурица, М. (2010). Истраживање тржишта. Ваљево: Висока пословна школа струковних студија. Део Међународни кодекс праксе истраживања тржишта | стр. 304‒319 |