



HRVATSKO  
KATOLIČKO  
SVEUČILIŠTE  
ZAGREB  
UNIVERSITAS  
STUDIORUM  
CATHOLICA  
CROATICA  
ZAGREBIA

# Detailed Course Syllabus

**Academic year:**

2025/2026

**Semester:**

Winter semester

**Study Program:**

Psihologija (R) (elective)  
Povijest (R) (elective)  
Sestrinstvo (R) (elective)  
Sestrinstvo (I) (elective)

**Year of study:**

1

## I. BASIC COURSE INFORMATION

**Name:** Istraživanje tržišta**Abbreviation:** IZBD260**ECTS:** 4**Code:** 264650**Prerequisites:** No*Total Course Workload***Teaching Mode****Total Hours**

Lecture

15

Practicum exercise

30

**Class Time and Place:** HKS - according to the published schedule

## II. TEACHING STAFF

*Course Holder***Name and Surname:** Glavaš Dragan**Academic Degree:****Professional Title:** docent**Contact E-mail:**[dragan.glavas@unicath.hr](mailto:dragan.glavas@unicath.hr)**Telephone:****Office Hours:** According to the published schedule*Course Assistant***Name and Surname:** Stamać Ožanić Marija**Academic Degree:****Professional Title:** naslovni viši asistent**Contact E-mail:**[marija.stamac@unicath.hr](mailto:marija.stamac@unicath.hr)**Telephone:****Office Hours:** According to the published schedule

## III. DETAILED COURSE INFORMATION

**Teaching Language:** Hrvatski

<b>Course Description</b>	<p><b>Cilj predmeta:</b> Upoznavanje s mogućnostima primjene znanja iz metodologije i statistike u istraživanju tržišta za potrebe različitih klijenata.</p> <p><b>Sadržaj predmeta:</b> Istraživanje u svrhu donošenja poslovnih odluka. Primjena kvalitativnih i kvantitativnih istraživanja. Uzorci i metode prikupljanja podataka. Izrada pitanja i interpretacija odgovora u istraživanju tržišta. Upotreba statistike i statističkih pokazatelja pri analizi odgovora u istraživanju tržišta. Vrste istraživanja vezane uz poslovne procese i odabir adekvatnog alata. ESOMAR kodeks istraživanja tržišta. Etički principi. Kvaliteta i optimalna ISO certifikacija u istraživanju tržišta.</p>	
<b>Educational Outcomes</b>	<p>Razlikovati pojedine faze poslovnih procesa. Usporediti mogućnost dobivanja različitih informacija i podataka upotrebom kvalitativnih i kvantitativnih istraživanja. Planirati vrste i faze istraživačkog procesa u svrhu odgovora na istraživački problem. Odabrati prikladne uzorke i metode istraživanja ovisno o poslovnom procesu. Vrijednovati vlastite sposobnosti sastavljanja mjernih instrumenata i interpretacije dobivenih podataka.</p>	
<i>Textbooks and Materials</i>		
<b>Required</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Brown, S, Foxall G.R., Goldsmith R. E. (2007). 1.1. Marketing usmjeren na potrošača u: Psihologija potrošnje u marketingu.</li> <li>• Halmi A. (2003) – Uvodna razmatranja – prvo poglavlje u: Strategije Kvalitativnih Istraživanja U Primijenjenim Društvenim Znanostima. Jastrebarsko. Naklada Slap.</li> <li>• Milas, G (2005). 3. Etički problemi istraživanja i 14. Anketno istraživanje u: Istraživačke metode u psihologiji i drugim društvenim znanostima. Jastrebarsko. Naklada Slap.</li> <li>• ICC/ESOMAR International Code on Market, Opinion and Social Research and Data Analytics.</li> </ul>	
<b>Supplementary</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bendixen, M. (1996). A practical guide to the use of correspondence analysis in marketing research. Marketing Research On-Line, 1(1), 16-36.</li> <li>• Brown, S, Foxall G.R., Goldsmith R. E. (2007). Psihologija potrošnje u marketingu.</li> </ul>	
<i>Examination and Grading</i>		
<b>To Be Passed DA</b>	<b>Exclusively Continuous Assessment NE</b>	<b>Included in Average Grade DA</b>
<b>Prerequisites to Obtain Signature and Take Final Exam</b>	<p>Redovito pohađanje nastave (prisutnost na najmanje 70 % nastave). Stjecanje minimalno 35 bodova (od ukupno 100 bodova) tijekom nastave (kolokvij, aktivnosti).</p>	
<b>Examination Manner</b>	<p><b>Način stjecanja bodova:</b></p> <p>Nastavne aktivnosti – 70% ocjene</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• vježbe – 10%</li> <li>• kolokvij – 30%</li> <li>• kolokvij – 30%</li> </ul> <p>Završni pismeni ispit – 30 % ocjene</p> <p><b>Brojčana ljestvica ocjenjivanja studentskog rada:</b></p> <p>izvrstan (5) – 90 do 100%</p> <p>bodova vrlo dobar (4) – 80 do 89,9%</p> <p>bodova dobar (3) – 65 do 79,9% bodova</p> <p>dovoljan (2) – 50 do 64,9% bodova</p> <p>nedovoljan (1) – 0 do 49,9 % bodova</p>	

**Grading Manner**

Kontinuirano vrednovanje studentskog rada kroz nastavne aktivnosti.  
Završni pismeni ispit (minimum za prolaz na pismenom ispitu je 50% točne riješenosti)

**Detailed Overview of Grading within ECTS**

VRSTA AKTIVNOSTI	ECTS bodovi - koeficijent opterećenja studenata	UDIO OCJENE (%)
Pohađanje nastave	1.2	0
Vježbe	0.28	10
Kolokvij - međuispit	0.84	30
Kolokvij - međuispit	0.84	30
<b>Ukupno tijekom nastave</b>	<b>3.16</b>	<b>70</b>
Završni ispit	0.84	30
<b>UKUPNO BODOVA (nastava+zav.ispit)</b>	<b>4</b>	<b>100</b>

**IV. WEEKLY CLASS SCHEDULE**

[Predavanja]

#	Topic
1	Uvodno predavanje - uloga istraživanja u poslovnom procesu
2	Vrste istraživanja
3	Kvalitativna istraživanja u istraživanju tržišta
4	Primjena kvalitativnih istraživanja u istraživanju tržišta
5	Kvantitativna istraživanja u istraživanju tržišta - uzorci i metode prikupljanja podataka
6	Kvantitativna istraživanja u istraživanju tržišta - pitanja i interpretacija odgovora
7	Kolokvij 1
8	Korištenje statistike i statističkih pokazatelja u istraživanju tržišta
9	Istraživane putem tajnih posjeta
10	Kako i kada koristiti istraživanja - prije lansiranja proizvoda/ usluge, prije planiranja marketinških aktivnosti

11	Kako i kada koristiti istraživanja – razvoj proizvoda i usluge
12	Kako i kada koristiti istraživanja – pozicioniranje marke, POS
13	ESOMAR kodeks, etički principi i kvaliteta u istraživanju
14	Kolokvij 2
15	Završno predavanje

*[Vježbe]*

#	Topic
1	1Vježbe i praktični primjeri iz područja prikazanog predavanjem
2	2Vježbe i praktični primjeri iz područja prikazanog predavanjem
3	3Vježbe i praktični primjeri iz područja prikazanog predavanjem
4	4Vježbe i praktični primjeri iz područja prikazanog predavanjem
5	5Vježbe i praktični primjeri iz područja prikazanog predavanjem
6	6Vježbe i praktični primjeri iz područja prikazanog predavanjem
7	Kolokvij 1
8	8Vježbe i praktični primjeri iz područja prikazanog predavanjem
9	9Vježbe i praktični primjeri iz područja prikazanog predavanjem
10	10Vježbe i praktični primjeri iz područja prikazanog predavanjem
11	11Vježbe i praktični primjeri iz područja prikazanog predavanjem
12	12Vježbe i praktični primjeri iz područja prikazanog predavanjem
13	13Vježbe i praktični primjeri iz područja prikazanog predavanjem
14	Kolokvij 2
15	15Završne vježbe

*[Vježbe u praktikumu]*

#	Topic
1	Vježbe i praktični primjeri iz područja prikazanog predavanjem
2	Vježbe i praktični primjeri iz područja prikazanog predavanjem
3	Vježbe i praktični primjeri iz područja prikazanog predavanjem
4	Vježbe i praktični primjeri iz područja prikazanog predavanjem
5	Vježbe i praktični primjeri iz područja prikazanog predavanjem
6	Vježbe i praktični primjeri iz područja prikazanog predavanjem
7	Kolokvij 1
8	Vježbe i praktični primjeri iz područja prikazanog predavanjem
9	Vježbe i praktični primjeri iz područja prikazanog predavanjem
10	Vježbe i praktični primjeri iz područja prikazanog predavanjem
11	Vježbe i praktični primjeri iz područja prikazanog predavanjem
12	Vježbe i praktični primjeri iz područja prikazanog predavanjem
13	Vježbe i praktični primjeri iz područja prikazanog predavanjem
14	Kolokvij 2

