



HRVATSKO
KATOLIČKO
SVEUČILIŠTE
ZAGREB
UNIVERSITAS
STUDIORUM
CATHOLICA
CROATICA
ZAGREBIA

Detailed Course Syllabus

Academic year:

2026/2027

Semester:

Winter semester

Study programme:

Psihologija (R) (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

Telephone:

Office Hours: According to the published schedule

Course Assistant

Name and Surname: Stamač Ožanić Marija

Academic Degree:

Professional Title: naslovni viši asistent

Contact E-mail:

marija.stamac@unicath.hr

Telephone:

Office Hours: According to the published schedule

III. DETAILED COURSE INFORMATION

Teaching Language: Hrvatski

Course Description	<p>Cilj predmeta: Upoznavanje s mogućnostima primjene znanja iz metodologije i statistike u istraživanju tržišta za potrebe različitih klijenata.</p> <p>Sadržaj predmeta: 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>	
Educational Outcomes	<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>		
Required	<ul style="list-style-type: none"> • Brown, S, Foxall G.R., Goldsmith R. E. (2007). 1.1. Marketing usmjeren na potrošača u: Psihologija potrošnje u marketingu. • Halmi A. (2003) – Uvodna razmatranja – prvo poglavlje u: Strategije Kvalitativnih Istraživanja U Primijenjenim Društvenim Znanostima. Jastrebarsko. Naklada Slap. • Milas, G (2005). 3. Etički problemi istraživanja i 14. Anketno istraživanje u: Istraživačke metode u psihologiji i drugim društvenim znanostima. Jastrebarsko. Naklada Slap. • ICC/ESOMAR International Code on Market, Opinion and Social Research and Data Analytics. 	
Supplementary	<ul style="list-style-type: none"> • Bendixen, M. (1996). A practical guide to the use of correspondence analysis in marketing research. Marketing Research On-Line, 1(1), 16-36. • Brown, S, Foxall G.R., Goldsmith R. E. (2007). Psihologija potrošnje u marketingu. 	
<i>Examination and Grading</i>		
To Be Passed DA	Exclusively Continuous Assessment NE	Included in Average Grade DA
Prerequisites to Obtain Signature and Take Final Exam	<p>Redovito pohađanje nastave (prisutnost na najmanje 70 % nastave). Stjecanje minimalno 35 bodova (od ukupno 100 bodova) tijekom nastave (kolokvij, aktivnosti).</p>	
Examination Manner	<p>Način stjecanja bodova:</p> <p>Nastavne aktivnosti – 70% ocjene</p> <ul style="list-style-type: none"> • vježbe – 10% • kolokvij – 30% • kolokvij – 30% <p>Završni pismeni ispit – 30 % ocjene</p> <p>Brojčana ljestvica ocjenjivanja studentskog rada:</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
Ukupno tijekom nastave	3.16	70
Završni ispit	0.84	30
UKUPNO BODOVA (nastava+zav.ispit)	4	100

IV. WEEKLY CLASS SCHEDULE