Detaljni izvedbeni plan

Akademska godina: 2026/2027	**Semestar:** Zimski
Godina studija: 1	**Studij:** Psihologija (R) (izborni) (Diplomski)

I. OSNOVNI PODACI O KOLEGIJU

Naziv kolegija: Istraživanje tržišta	
Kratica kolegija: IZBD260	
ECTS bodovi: 4	**Šifra kolegija:** 264650
Preduvjeti za upis kolegija: Nema	
Ukupno opterećenje kolegija	
Vrsta nastave	**Ukupno sati**
Predavanje	15
Vježba u praktikumu	30
Mjesto i vrijeme održavanja nastave: HKS – prema objavljenom rasporedu	

II. NASTAVNO OSOBLJE

Nositelj kolegija	
Ime i prezime: Glavaš Dragan	
Akademski stupanj/naziv:	**Izbor:** docent
Kontakt e-mail: dragan.glavas@unicath.hr	**Telefon:**
Konzultacije: Prema objavljenom rasporedu	
Suradnici na kolegiju	
Ime i prezime: Stamać Ožanić Marija	
Akademski stupanj/naziv:	**Izbor:** naslovni viši asistent
Kontakt e-mail: marija.stamac@unicath.hr	**Telefon:**
Konzultacije: Prema objavljenom rasporedu	

III. DETALJNI PODACI O KOLEGIJU

Jezik na kojem se nastava održava: Hrvatski

Opis kolegija	**Cilj kolegija:** Upoznavanje s mogućnostima primjene znanja iz metodologije i statistike u istraživanju tržišta za potrebe različitih klijenata. **Sadržaj kolegija:** 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.
Očekivani ishodi učenja na razini kolegija	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. Kreirati nove mjerne instrumente i interpretirati podatke dobivene istraživanjem.
Literatura	
Obavezna	• 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.
Dopunska	• 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.
Način ispitivanja i ocjenjivanja	
Polaže se DA	**Isključivo kontinuirano praćenje nastave** NE / **Ulazi u prosjek** DA
Preduvjeti za dobivanje potpisa i polaganje završnog ispita	Redovito pohađanje nastave (prisutnost na najmanje 70 % nastave). Stjecanje minimalno 35 bodova (od ukupno 100 bodova) tijekom nastave (kolokvij, aktivnosti).
Način ocjenjivanja	**Način stjecanja bodova:** Nastavne aktivnosti – 70% ocjene • vježbe – 10% • kolokvij – 30% • kolokvij – 30% Završni pismeni ispit – 30 % ocjene **Brojčana ljestvica ocjenjivanja studentskog rada:** izvrstan (5) – 90 do 100% bodova vrlo dobar (4) – 80 do 89,9% bodova dobar (3) – 65 do 79,9% bodova dovoljan (2) – 50 do 64,9% bodova nedovoljan (1) – 0 do 49,9 % bodova
Način polaganja ispita	Kontinuirano vrednovanje studentskog rada kroz nastavne aktivnosti. Završni pismeni ispit (minimum za prolaz na pismenom ispitu je 50% točne riješenosti)

Detaljan prikaz ocjenjivanja unutar Europskoga sustava za prijenos bodova

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. TJEDNI PLAN NASTAVE

Predavanja

#	Tema
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	
#	**Tema**
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	
#	**Tema**
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
15	Završne vježbe