



SILABUS KOLEGIJA

Akademska godina 2022./2023.

1. OPĆE INFORMACIJE O KOLEGIJU

1.1. Naziv kolegija	Istraživanje tržišta i javnog mnijenja								
1.2. Studijski program	Specijalistički stručni diplomski studij Upravljanje odnosima s javnošću								
1.3. Kratica kolegija	ITJM	1.7. Godina studija	2						
1.4. Šifra kolegija	PRM22240	1.8. Semestar	3. / zimski						
1.5. Status kolegija	Obvezni	1.9. ECTS	5						
1.6. Nastavno opterećenje	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Vrsta nastave</th> <th>Ukupno sati</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Predavanja</td> <td>20</td> </tr> <tr> <td>Vježbe</td> <td>10</td> </tr> </tbody> </table>	Vrsta nastave	Ukupno sati	Predavanja	20	Vježbe	10	1.10. Mjesto i vrijeme održavanja nastave	Bernays – prema objavljenome rasporedu
Vrsta nastave	Ukupno sati								
Predavanja	20								
Vježbe	10								

2. NASTAVNO OSOBLJE

2.1. Nositelj	Doris Peručić	2.6. Suradnici na predmetu	Ante Šalinović
2.2. Akademski stupanj	Dr. sc.	2.7. Akademski stupanj	
2.3. Zvanje	Redovita profesorica	2.8. Zvanje	
2.4. Kontakt e-mail	doris.perucic@bernays.hr	2.9. Kontakt e-mail	ante.salinovic@ipsos.com
2.5. Konzultacije	Prema objavljenome rasporedu	2.10. Konzultacije	Prema objavljenome rasporedu

3. OPIS KOLEGIJA

3.1. Ciljevi kolegija	Cilj kolegija je omogućiti studentima razumijevanje složenog procesa istraživanja tržišta i javnog mnijenja te stjecanje neophodnih znanja i vještine potrebnih za organiziranje i provođenje procesa istraživanja tržišta. Omogućavanje prepoznavanja različitih pristupa istraživanju s obzirom na problem i cilj istraživanja. Upoznati studente s najvažnijim istraživačkim i analitičkim metodama kvantitativnih i kvalitativnih istraživanja, važnošću postavljanja problema i cilja istraživanja. Omogućiti studentima razumijevanje rezultata istraživanja, njegovog konteksta, interpretacije i ograničenja.
3.2. Uvjeti za upis	Nema uvjeta za upis kolegija.



3.3. Ishodi učenja	<p>I1: Argumentirati važnost i ulogu istraživanja tržišta u poslovanju i istraživanju javnog mnijenja</p> <p>I2: Usporediti vrste istraživanja te objasniti sadržaj i proces istraživanja tržišta.</p> <p>I3: Razlikovati faze istraživačkog procesa.</p> <p>I4: Izraditi i izložiti nacrt istraživačkog projekta na odabranu temu.</p>																					
3.4. Sadržaj kolegija	<p>Temelji i uvod u istraživanja Značenje tržišnih istraživanja i znanstvena metoda Faze istraživačkog projekta Vrste istraživanja Metode istraživanja Uzorak i prikupljanje podataka Analiza podataka i interpretacija rezultata</p>																					
3.5. Vrste izvođenja nastave	X	Predavanja	X	Vježbe	█	Terenska nastava	█	Multimedija i mreža	█	Mentorski rad												
	X	Seminari i radionice	█	Obrazovanje na daljinu	█	Samostalni zadaci	█	Laboratorij	█	Ostalo												
3.6. Vrste vježbi (ako su na kolegiju predviđene vježbe)	X	Auditorne vježbe	X	Metodičke vježbe	█	Vježbe u praktikumu	█	Laboratorijske vježbe	█	Ekperimentalne vježbe												
	█	Terenske vježbe	█	Lektorske i govorne vježbe	█	Vježbe iz stranog jezika	█	Projektantske vježbe	█	Ostalo												
3.7. Jezik izvođenja	Hrvatski jezik																					
3.8. Obveze studenata	Redoviti dolazak na nastavu i sudjelovanje u raspravama na predavanjima. Sudjelovanje u vježbama i seminarsko izlaganje. Polaganje ispita iz ispitne literature i istraživačkog rada.																					
3.9. Praćenje rada studenata i ECTS bodovi	1	Pohađanje nastave	█	Aktivnost na nastavi	3	Pismeni ispit	█	Usmeni ispit	█	Kolokviji												
	1	Seminarski rad	█	Projekt	█	Vježbe	█	Esej	█	Ostalo												
3.10. Ocjenjivanje studenta tijekom nastave i završnog ispita	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 50%;">Vrsta ocjene</th> <th style="width: 50%;">Bodovi</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1. Pohađanje nastave</td> <td style="text-align: center;">10</td> </tr> <tr> <td>2. Kolokvij-međuispit</td> <td style="text-align: center;">35</td> </tr> <tr> <td>3. Kolokvij-međuispit</td> <td style="text-align: center;">30</td> </tr> <tr> <td>4. Vježbe i prezentacija</td> <td style="text-align: center;">25</td> </tr> <tr> <td>Ukupno bodova (nastava + završni ispit)</td> <td style="text-align: center;">100</td> </tr> </tbody> </table>										Vrsta ocjene	Bodovi	1. Pohađanje nastave	10	2. Kolokvij-međuispit	35	3. Kolokvij-međuispit	30	4. Vježbe i prezentacija	25	Ukupno bodova (nastava + završni ispit)	100
Vrsta ocjene	Bodovi																					
1. Pohađanje nastave	10																					
2. Kolokvij-međuispit	35																					
3. Kolokvij-međuispit	30																					
4. Vježbe i prezentacija	25																					
Ukupno bodova (nastava + završni ispit)	100																					



3.11. Obvezna literatura

1. Vranešević, T. (2014). Tržišna istraživanja u poslovnom upravljanju. Zagreb: Accent d.o.o.

3.12. Dopunska literatura

1. Hague, P., Harrison, M., Cupman, J. and Truman, O., Market Research in Practice: An Introduction to Gaining Greater Market Inside, Kogan Page Limited, 3rd edition, 2016.

2. Marušić, M., Prebežac, D., Mikulić, J. (2019). Istraživanje turističkih tržišta. Zagreb: Ekonomski fakultet Sveučilišta u Zagrebu.

3.13. Načini praćenja kvalitete

Opservacije i evaluacije nastave; studentska anketa