

Istraživanje tržišta

Ivana Marković

Nastavnici na predmetu

dr Mladen Vićentić

- Konsultacije: ponedjeljak 14-16h
- mladjen.vicentic@vipos.edu.rs



MA Ivana Marković

- Konsultacije: četvrtak 14-16h
- ivana.markovic@vipos.edu.rs



Plan predmeta

Aktivnost	Max/Min
Vežbe	10/4
Seminarski rad-Istraživački projekat	10/4
Kolokvijum I	30/16
Kolokvijum II	10/6
Ispit	40/21
Ukupno	100/51
Korektivno pitanje	5/1



PRAKTIKUM

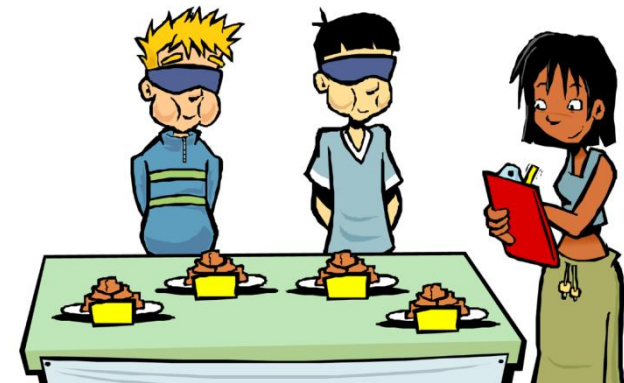
Vežbe

- Diskusije
- Studije slučaja
- Praktični zadaci
- Fokus grupe
- Test na slepo
- Sastavljanje anketnog upitnika
- Online upitnici
- Obradivanje podataka
- Izrada izveštaja i prezentacija

*1 vežba – 1 bod!
Max 10 bodova
Min 4 boda*

Još nešto????

Poseta firmama?



Seminarski rad

- Istraživački projekat
- Tim od 2 studenta
- Timovi predlažu teme istraživanja
- Uputstvo za izradu projekta
- Rok za predlog teme: 20.02.2020.
- Rok za predaju projekta: 17.05.2020.
- Termin izlaganja projekta: 14.05.2020.

*Max 10 bodova
Min 4 boda*

*Uputstvo za izradu
projekta na
časovima vežbi!*

Sadržaj seminarskog rada – Istraživačkog projekta

- **Naslovna strana:** Naziv škole, naslov istraživanja, članovi tima, profesor.
- **Sadržaj**
- **Uvod:** Piše se na kraju i u njemu ukratko treba da bude opisan ceo rad tako da zainteresuje čitaoca da ceo rad pročita.
- **Pregled literature:** U ovom delu rada potrebno je sa teorijskog aspekta objasniti predmet izstraživanj. U ovom delu rada takođe treba navesti planirane ciljeve i hipoteze.
- **Metodologija istraživanja:** Navesti period istraživanja, teritoriju, metod istraživanja i druge specifičnosti u vezi sa izvođenjem samog istraživanja – odnosno opisati kako je tekao proces istraživanja od momenta kada je anketa bila kreirana. Takođe, ovde je potrebno opisati i sam uzorak u istraživanju.
- **Rezultati istraživanja:** Rezultate prikazati u vidu grafikona sa smislenim komentarima.
- **Zaključci i preporuke:** Odgovoriti na sve posavljene ciljeve i potvrditi ili opovrgnuti postavljene hipoteze.
- **Prilozi:** Anketa koja je korišćena tokom istraživanja

E nastava

- Plan predmeta
- Pripremna pitanja
- Evidencija aktivnosti
- Evidencija prijava za seminarske radove
- Uputstvo za izradu seminarskih radova
- Ostalo...

The screenshot shows the VIPOS E-NASTAVA web application interface. At the top, the logo for VIPOS (VISOKA POSLOVNA ŠKOLA, MALJEVO) and E-NASTAVA is displayed. Below the logo, a breadcrumb trail reads: Početna strana ► Kursevi ► III godina ► MUS604. The main content area is divided into two columns. The left column contains a navigation menu with the following items: Početna strana, Stranice sajta, Tekući kurs (expanded to show MUS604), Učesnici, Opšta sekcija (expanded to show Tema 1 and Tema 2), Kursevi, Aktivnosti, Forumi, and Kategorije kurseva (expanded to show I godina and II godina). The right column contains a section for Obaveštenja (Notifications) and two sections labeled Tema 1 and Tema 2.

Evidencija aktivnosti

- Google tabela

1	BROJ INDEKSA	PREZIME	IME	SMER	Tražnje referature	Postizanje asertivnosti u komunikaciji:			Facijana, telesna i glasovna ekspresija u komunikaciji Direktni marketing	Promotivna (IMK) strategija za preduzeće proizvod, uslugu	Testiranje sopstvenog tipa ličnosti u komunikaciji	Kolokvijum nedelja	Osnmišljav događaja, dopis, izjava i konferencij za novinare	Integrirane sa marketinškim komunikacijama	Poslovno pregovaranje sa različitim kulturama	Ukupno:	Seminarski rad		
						I	II	III									IV	V	VI
3		AVRAMOVIC	LELA	PE-MIT	1			1	1	1	1			1	1	1	10		
4		BAKOVIC	BOJANA	PE-MIT				1	1	1	1		1				8		
5		BLAGOJEVIĆ	KATARINA	PE-MIT	1			1	1	1	1			1			8		
6		BRADONIC	MARLA	PE-MIT				1	1	1	1			1	1		8		
7		BRAJOVIĆ	JELENA	PE-MIT															
8		BRANKOVIĆ	MARKO	PE-MIT	1			1	1	1	1		1				10		
9		DIZDAREVIĆ	ELDINA	PE-MIT															
10		DŽINOVIĆ	ZUMRETA	PE-MIT															
11		DORBEVIĆ	IVANA	PE-MIT				1	1		1		1	1	1		8		
12		BUHIĆ	EDIN	PE-MIT															
13		HADŽIFEJZOVIĆ	MAIDA	PE-MIT															
14		IE IMA	ESAD	PE-MIT															



Uvod

- Šta je to istraživanje tržišta?
- Zašto je istraživanje tržišta potrebno?
- Da li istraživanje tržišta garantuje uspeh?



Iskustva...

- **Ignorisanje potrebe za istraživanjem** – Kečap u Japanu
- **Nedovoljan istraživački rad** – KFC u Braziju
- **Pogrešno usmereno istraživanje tržišta** – potencijal bezalkoholnih pića u Indoneziji
- **Neodgovarajuće istraživanje tržišta** – Knorr supe na Američkom tržištu
- **Potcejivaje razlika među kulturama** – instant kafa na Francuskom tržištu



Svrha istraživanja?



- Marketinška odluka!

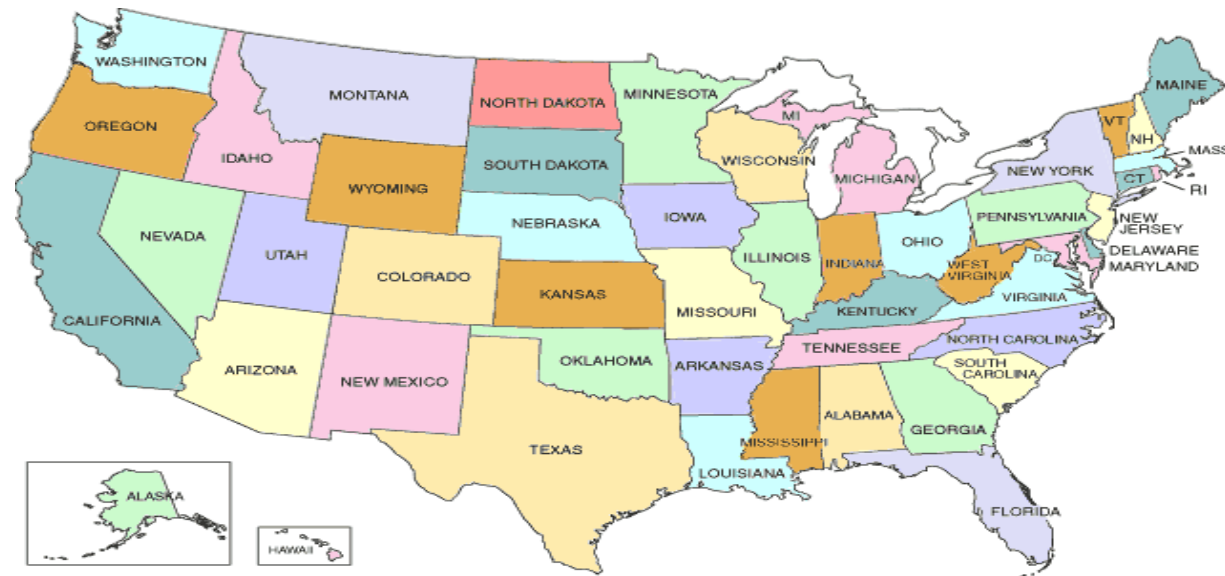
Značaj istraživanje tržišta

- Radar
- Doktorska dijagnoza



Nastanak i razvoj istraživanja tržišta

- SAD – XIX vek



Nastanak i razvoj istraživanja tržišta

1820 – 1920 Faza industrijske statistike

- 1824 – rezultati izbora publikovani u američkim novinama
- 1879 – propagandna agencija N.W. Ayer and Son primenila je postupak formalnog istraživanja tržišta anketirajući ispitanike
- 1890 – američki proizvođač damskih šešira primenjuje metod posmatranja
- 1895 – profesor sa univerziteta u Minesoti primenjuje metod poštanske ankete



Nastanek i razvoj istraživanja tržišta 1880

– 1920 Faza industrijske statistike

- Početak istraživanja tržišta **formalno** se vezuje za period **1910-1920**



Indikatori razvoja:

- Razvoj formalizovanih istraživačkih procedura
- Formiranje kompanijskih odeljenja za istraživanje
- Formiranje odeljenja za istraživanje tržišta
- Prvi opsežniji pisani radovi iz istraživanja tržišta

Nastanak i razvoj istraživanja tržišta 1880

– 1920 Faza industrijske statistike

- 1911 – Čarls Parlin imenovan je za direktora odeljenja za **komercijalna istraživanja** u američkoj izdavačkoj kući Cutris
- 1915 – američka kompanija za proizvodnju gumenih proizvoda osniva **odeljenje za komercijalna istraživanja**
- 1916 – Istman osniva istraživački biro koji se bavi prodajom podataka o tiražu i čitaocima pojedinih časopisa
- 1919. profesor Dankan sa Univerziteta u Čikagu objavio je knjigu **Commercial Research: An Outline of Working Principles**, koja se smatra prvim važnijim radom iz oblasti istraživanja tržišta.



Nastanak i razvoj istraživanja tržišta

Faza razvoja metoda uzorkovanja,
upitnika i merenja ponašanja

- 1920 – 1940 napredak u tehnici
metoda uzorkovanja



Nastanak i razvoj istraživanja tržišta

Faza razvoja metoda uzorkovanja, upitnika i merenja ponašanja

- U periodu **1920–1930.** osnivaju se odeljenja za istraživanje tržišta skoro u svim tipovima organizacija, i publikuju se radovi iz ove oblasti
- U periodu od **1930 -1940.** specijalizovane institucije za istraživanje tržišta, publikuju se stručni radovi



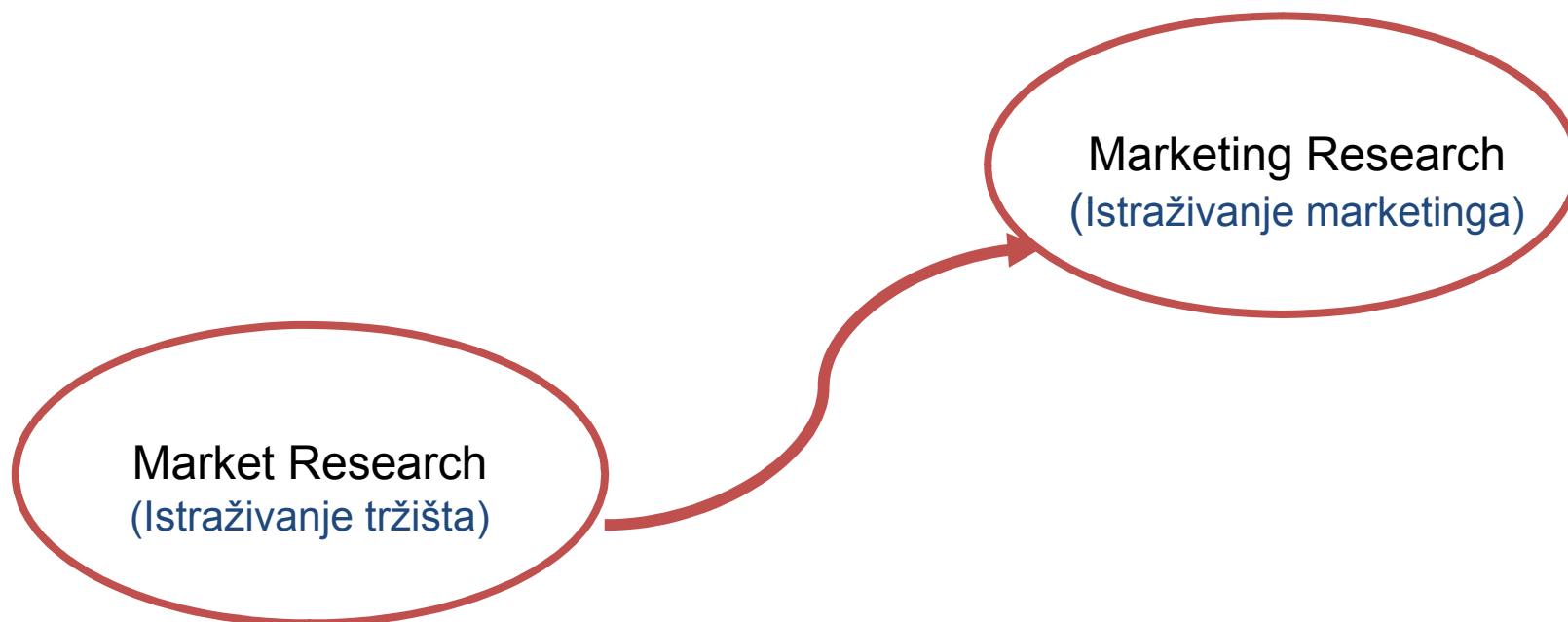
Nastanak i razvoj istraživanja tržišta

1940–1950. Upravljačka faza

- Istraživanje tržišta se uvodi kao predmet na veliki broj poslovnih škola
- Interesovanje upravljačkog vrha preduzeća za istraživanje tržišta



Napuštanje termina Istraživanje tržišta 50tih godina...



Nastanak i razvoj istraživanja tržišta

- Za vreme drugog svetskog rata raste interesovanje vlade za istraživanje u oblasti društvenih nauka
- Istraživanje javnog mnjenja i stavova



- Posle drugog svetskog rata intenziviraju se aktivnosti istraživanja tržišta, dupliraju se ulaganja u ista
- Razvoj kvantitativnih tehnika istraživanja

Nastanak i razvoj istraživanja tržišta

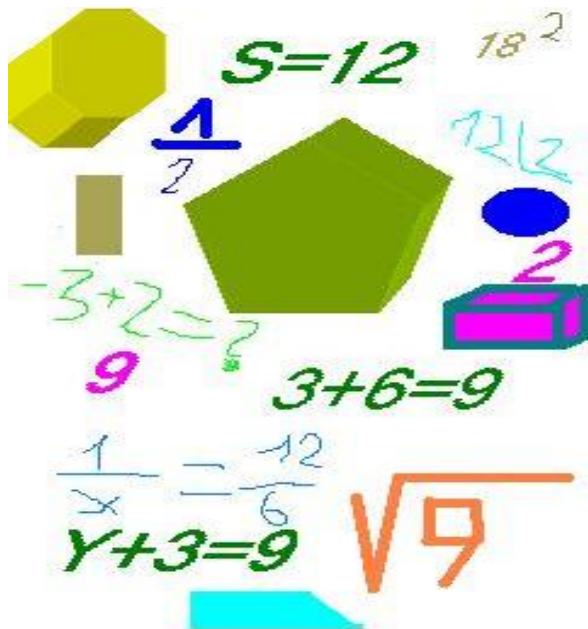
1950-1960 – Faza eksperimentisanja



- Primena eksperimentalnog metoda i drugih naučnijih metoda u istraživanju tržišta

Nastanak i razvoj istraživanja tržišta

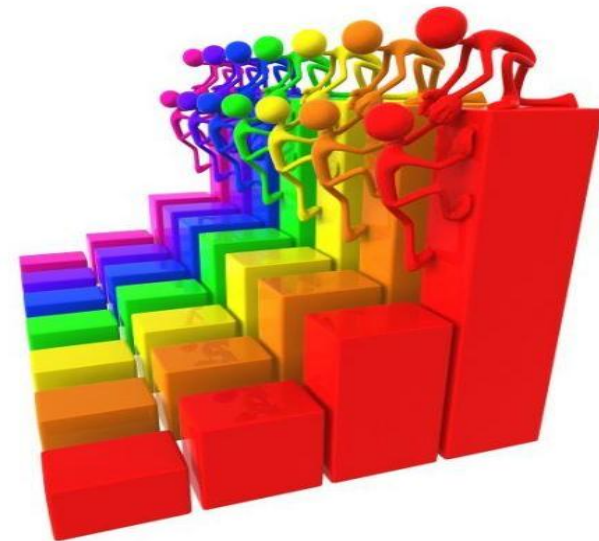
1960-1970 – Faza kompjuterske analize i kvantitativnih metoda



- Naglašava se značaj matematičkog modeliranja za odlučivanje u marketingu

Nastanak i razvoj istraživanja tržišta 1970-1980 – Faza razvoja teorije ponašanja potrošača

- Napredak koncepta i metoda kvalitativnog istraživanja za objašnjavanje i predviđanje ponašanja potrošača



Nastanak i razvoj istraživanja tržišta

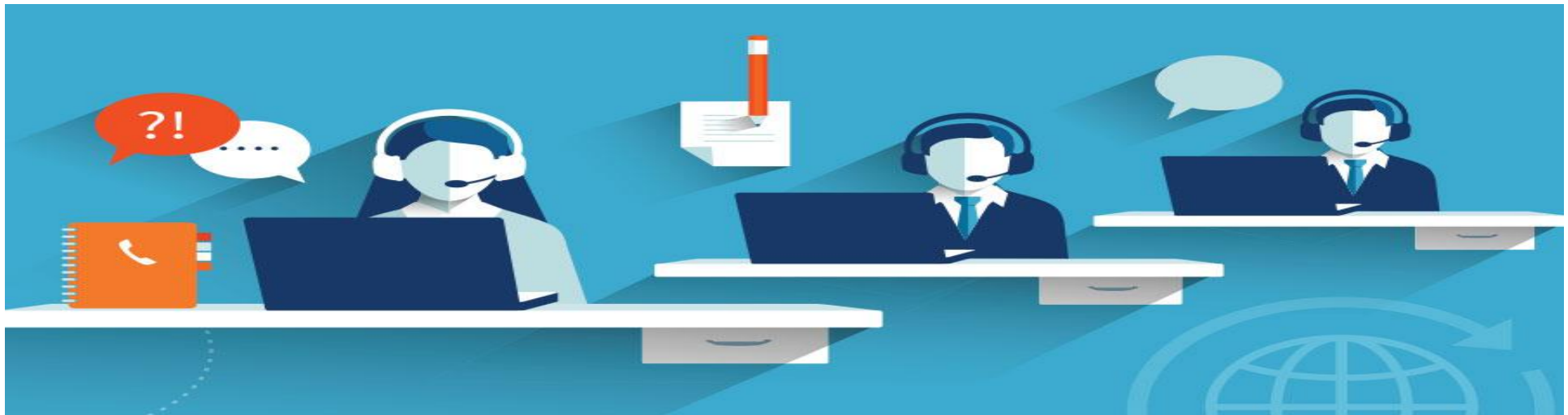
1980 – Faza visokih tehnologija



- ▶ Karakteristiše napredak elektronske tehnike i upravljanje bazama podataka
- ▶ Robot anketiranja
- ▶ Pojava eletroskih blagajini, optičkih skenera i univerzalnih šifara

Nova era istraživanja tržišta

- Online anketiranje
- Online paneli
- CATI
- Upotreba tableta...



Rank 2013 2012		Organization	Headquarters	Parent Country	Website	No. of Countries With Subsidi- aries/ Branch Offices ¹	Global Research Revenue ² (US\$ millions)	Percent Change From 2013 ³	Revenue From Outside Home Country (US\$ millions)	Percent of Global Revenue From Outside Home Country	Research- Only Full-time Employees ⁴
1	1	Nielsen Holdings N.V.	New York & Netherlands	U.S.	Nielsen.com	100	\$6,045.0	4.0%	\$2,850.4	47.2%	36,700
-	1	Nielsen Holdings N.V.	New York	U.S.	Nielsen.com	100	5,569.0	3.9	2,844.2	51.1	35,400
-	9	Arbitron Inc.	Columbia, Va.	U.S.	Arbitron.com	3	476.0	5.8	6.2	1.3	1,300
2	2	Kantar*	London & Fairfield, Conn.	U.K.	Kantar.com	100	3,389.2	1.6	2,436.6	71.9	22,800
3	5	IMS Health Holdings Inc.	Danbury, Conn.	U.S.	IMSHealth.com	76	2,544.0	6.1	1,609.0	63.2	10,000
4	3	Ipsos SA	Paris	France	Ipsos.com	86	2,274.2	0.8	2,116.9	93.1	15,536
5	4	GfK SE	Nuremberg	Germany	GfK.com	74	1,985.2	0.8	1,389.6	70.0	12,940
6	6	Information Resources Inc.	Chicago	U.S.	IRIWorldwide.com	8	845.1	4.1	341.4	40.4	4,635
7	8	Westat Inc.	Rockville, Md.	U.S.	Westat.com	6	582.5	17.0	18.8	3.2	2,044
8	-	dunnhumby Ltd.	London	U.K.	dunnhumby.com	24	453.7	8.8	347.0	76.5	715
9	7	INTAGE Holdings Inc.**	Tokyo	Japan	Intage.co.jp	8	435.5	6.5	24.2	5.6	2,527
10	10	The NPD Group Inc.	Port Washington, N.Y.	U.S.	NPD.com	14	287.7	5.4	85.4	29.7	1,282
11	11	comScore Inc.	Reston, Va.	U.S.	comScore.com	23	286.9	15.7	84.1	29.3	1,166
12	15	J.D. Power and Associates*	Westlake Village, Calif.	U.S.	JDPA.com	8	258.3	2.5	85.4	33.1	738
13	13	IBOPE Group	Sao Paulo	Brazil	IBOPE.com.br	16	231.1	3.4	51.7	22.4	3,296
14	14	ICF International Inc.	Fairfax, Va.	U.S.	ICFI.com	6	225.3	-6.0	53.3	23.7	27 908

Esomar

The screenshot shows the Esomar website homepage. At the top, there is a blue header with the word "Esomar" in white. Below this is a navigation bar with several links: "ESOMAR.org", "RW RW Connect", "Directory of Research", "Search ESOMAR", "in Website", and a search icon. A secondary navigation bar includes "Help / Support", "News & Multimedia", "Commercial opportunities", and "MyESOMAR (sign in)". The main content area features a large banner with the Esomar logo and the text "ESOMAR, LEADER IN MARKET RESEARCH". Below the banner is a navigation menu with links for "About ESOMAR", "ESOMAR Membership", "Knowledge & Standards", "Government Affairs", "Publications Store", "Career Development", and "Events & Awards". The bottom section contains several promotional boxes: "Invest in yourself and your future" with a "Become a member" button, "RESEARCH WORLD" with the article "Does 'Made in' matter?", "RW CONNECT" with the article "The price of convenience", "GOVERNMENT AFFAIRS" with the article "A NEW COPYRIGHT DIRECTIVE IN EUROPE", and "ESOMAR LIVE" with the article "EVENT REGISTRATIONS".

ESOMAR.org | RW RW Connect | Directory of Research | Search ESOMAR | in Website

Help / Support | News & Multimedia | Commercial opportunities | MyESOMAR (sign in)

ESOMAR
WORLD RESEARCH

ESOMAR, LEADER IN MARKET RESEARCH
With more than 4,900 members from over 130 countries, ESOMAR's aim is to promote the value of market and opinion research in illuminating real issues and bringing about effective decision-making.
[Learn more about our mission](#)

About ESOMAR | ESOMAR Membership | Knowledge & Standards | Government Affairs | Publications Store | Career Development | Events & Awards

Invest in yourself and your future
[→ Become a member](#)



RESEARCH WORLD
Does 'Made in' matter?

RW CONNECT
The price of convenience


GOVERNMENT AFFAIRS
A NEW COPYRIGHT DIRECTIVE IN EUROPE
What about data mining?

ESOMAR LIVE
EVENT REGISTRATIONS
Don't miss the deadlines - Register today and save!


Green book

HOME GREENBOOK BLOG IIBX EVENTS INSIGHT INNOVATION   REGISTER ACCOUNT LOGIN



GREENBOOK
The Guide for Buyers of Marketing Research

Search for companies, articles, case studies, and more 

ADVANCED SEARCH

Sponsored By 

Articles Webinars GRIT Report GreenBook Blog Job Center + ADD PROFILE TO DIRECTORY * MARKETING PROGRAMS

 See what makes us #1 

FIND MARKETING RESEARCH COMPANIES



GreenBook Directory helps you find marketing research suppliers, facilities, and consultants as well as providers of related services. Browse by market research specialties or locations below to find a vendor that meets your requirements.

BROWSE BY MARKET RESEARCH SPECIALTIES

MARKET RESEARCH SPECIALTIES

MANAGE YOUR VENDORS

Get a **FREE GreenBook** account to access helpful tools to find the right market research partners.

-  Create your own vendor shortlists for easy retrieval.
-  Compose, deliver and receive Requests For Proposal.

<http://www.greenbook.org/> 29

Budućnost istraživanja tržišta

- Nestanak komercijanih istraživanja...



Razvoj Istraživanja tržišta u Srbiji

- Sredina šezdesetih godina
- Prve specijalizovane institucije za istraživanje tržišta
- 1966 predmet IT na Ekonomskom fakultetu u Beogradu
- 1975 Istraživanje Marketinga predaje se na 12 fakulteta i visokih škola



Istraživačke agencije u Srbiji

- <http://www.ipsos.rs/>
- <http://www.agbnielsen.net/>
- <https://www.askgfk.rs>
- <http://www.tnsmediumgallup.co.rs/>
- <http://www.open-source.rs/>
- <http://www.masmi.rs/>
- <http://www.stata.rs/>
- <http://www.source.rs/>
- <http://www.ninamedia.rs/>
- www.memrb.com

Zadatak

Izabrati jednu agenciju i predstaviti je ostalim studentima:

- Naziv istraživačke agencije
- O agenciji
- Usluge
- Neko objavljeno istraživanje
- Tim
- Mogućnost zaposlenja

Domaći zadatak

- Predlog teme za seminarki rad
- Naslov, ciljevi, hipoteze



HVALA NA PAŽNJI!

