

Студијски програм/студијски програми: Мастер туризмолог			
Врста и ниво студија: Мастер студије			
Назив предмета: Маркетинг истраживања у туризму (MT218)			
Наставник (Име, средње слово, презиме): др Невена, Ј. Ђурчић			
Статус предмета: Обавезан за модул Туризам, изборни за модуле Хотелијерство и Ловни туризам			
Број ЕСПБ: 6			
Услов: положен предмет са основних студија Маркетинг у туризму			
Циљ предмета Стицање знања студената из области метода и техника истраживања маркетинга у туризму, као и изградње целовитог маркетинг информационог система предузећа, без чега нема доношења релевантних пословних одлука.			
Исход предмета Студенти ће стећи знања о основним потребама, елементима и значају маркетинг истраживања у туризму. Савладаће кроз конкретне примере најчешће примењиване методе за маркетинг истраживања, пратећи целокупан процес планирања, припреме, извођења, обраде добијених података и тумачење резултата. Пратиће истраживање у контексту Маркетинг информационог система. Студенти ће бити оспособљени за организацију, реализацију и управљање маркетинг истраживањима у туризму.			
Садржај предмета <i>Теоријска настава</i> Значај маркетинг истраживања. Типологија маркетинг истраживања. Носиоци маркетинг истраживања. Процес маркетинг истраживања. Карактеристике успешног маркетинг истраживања. Нове могућности у области маркетиншких истраживања. Програмирање активности истраживања. Извори података за маркетинг истраживања (примарни и секундарни подаци, survey research и панели, експериментална метода, анализа података). Узорковање (појам и значај узорка, одређивање величине узорка, врсте узорка). Анализа, интерпретација и прогнозирање. Састављање извештаја по обављеном маркетинг истраживању. Проблем мерења у маркетинг истраживањима. Дефинисање контроле маркетинг активности и неке њене карактеристике. Управљање маркетинг истраживањем (улога менаџера и маркетинг истраживача, трошкови и буџетирање маркетинг истраживања, организација маркетинг истраживања). Компоненте маркетинг информационог система. Циљеви маркетинг информационог система. Изградња и имплементација маркетинг информационог система. Организациони контекст маркетинг информационог система. <i>Практична настава: Вежбе, Други облици наставе, Студијски истраживачки рад</i> Прегледом домаћих и страних литературних извора, као и садржаја на Интернет адресама студенти су дужни да пронађу различите методе маркетинг истраживања примењене на конкретним истраживањима, као и да сами у виду студије случаја изврше самостално истраживање неком од обрађених метода.			
Литература 1. Салаи С., Божидаревић Д. (2001): Маркетинг истраживање – информациона основа маркетинг менаџмента, Савремена администрација, Београд 2. Daniel R. Fesenmaier, Joseph T. O'Leary, Muzaffer Uysal (1996): Recent advances in tourism marketing research, The Haworth Press, Inc., NY, USA 3. Акер Д., Кумар В., Деј Џ. (2008): Маркетиншко истраживање, за издање на српском Економски факултет, Београд <i>Додатна литература</i> 1. Вељковић С. (2008): Маркетинг услуга, ЕФ, Београд. 2. Сенић Р., Сенић В. (2008): Менаџмент и маркетинг услуга, Призма, Крагујевац 3. Muzaffer Uysal (1994): Global tourist behavior, Routledge 4. W. Fred van Raaij (1986): Consumer research on tourism mental and behavioral constructs, Annals of tourism research, Vol. 13, Issue 1, p. 1-9 5. David Shih (1986): VALS As A Tool of Tourism Market Research: The Pennsylvania Experience, Journal of travel research, Vol. 24, No. 42-11			
Број часова активне наставе			4(60)
Предавања: 2	Вежбе: 2	Други облици наставе: -	Остали часови
Методе извођења наставе Фронтални и индиректни облици. Метода усменог излагања, метода разговара, текстуална метода, илустративно-демонстративна метода и др. Посета предузећима или гостовање стручњака који спроводе маркетинг истраживања. Самостално проналажење и обрада стручног материјала, квантитативно-квалитативна анализа и држање излагања уз контролу предметног професора и асистента.			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	поена	Завршни испит	поена
активност у току предавања	0-5	писмени испит	
практична настава	0-5	усмени испит	30-45
колоквијум-и	20-40		
семинар-и	0-5		