

PITANJA IZ MARKETING ISTRAŽIVANJA

Pitanje I

1. *Pojam i razvoj marketing istraživanja*
2. Primena naučnog metoda u marketing istraživanjima
3. Subjekti koji se bave marketing istraživanjima
4. Organizacija jedinice za marketing istraživanje u preduzeću
5. Etički problemi u marketing istraživanjima
6. *Proces marketing istraživanja*
7. Eksploratorna istraživanja
8. Deskriptivna istraživanja
9. *Metodi marketing istraživanja*
10. Sekundarni podaci
11. Panel
12. Novi izvori sekundarnih podataka
13. Primarni podaci
14. Novi izvori primarnih podataka
15. *Metodi prikupljanja primarnih podataka*
16. Kvalitativni metodi prikupljanja primarnih podataka
17. Projektivne tehnike
18. Metod ispitivanja
19. Upitnik
20. Skale za merenje stavova potrošača
21. Metod posmatranja
22. *Eksperimentalni metod*
23. Vrste eksperimenata u marketing istraživanjima

Pitanje II

1. Uzorak u marketing istraživanjima
2. Slučajni uzorci
3. Namerni uzorci
4. *Metodi analize podataka*
5. Priprema podataka za analizu
6. Deskriptivna analiza i analize jedne varijable
7. Analiza dve varijable
8. Analiza više varijabli koje su medjusobno povezane
9. Analiza više nezavisnih varijabli
10. Izveštaj o obavljenom marketing istraživanju
11. *Marketing informacioni sistem*
12. Kotlerov model MIS-a
13. Marketing sistem podrške odlučivanju (MDSS)
14. *Istraživanja za potrebe marketing miksa*
15. Istraživanje za potrebe novog proizvoda
16. Istraživanje za potrebe cena

17. Istraživanje za potrebe distribucije
18. Istraživanje za potrebe promocije
19. Istraživanje medija
20. Istraživanje za potrebe unapredjenja prodaje
21. Marketing istraživanje za potrebe donošenja investicionih odluka
22. Medjunarodna marketing istraživanja
23. Pristupi i problemi u kros-kulturnim istraživanjima