

SADRŽAJ

UVOD.....	4
1 POJAM ISTRAŽIVANJA TRŽIŠTA.....	5
1.1 PREDMET I CILJ ISTRAŽIVANJA TRŽIŠTA.....	6
1.2 ISTRAŽIVANJE I PRAĆENJE TRŽIŠTA	7
1.3 INFORMACIJE I MARKETING ODLUKE	8
1.4 MARKETING INFORMACIONI SISTEM.....	9
1.4.1 Sistem za prikupljanje podataka	10
2 POTREBA ZA ISTRAŽIVANJEM TRŽIŠTA.....	11
2.1 PROCES ISTRAŽIVANJA TRŽIŠTA.....	12
2.2 PROJEKT ISTRAŽIVANJA	13
3 VRSTE ISTRAŽIVANJA	15
3.1 IZVIĐAJNA (EKSPLOATORNA) ISTRAŽIVANJA.....	15
3.1.1 Grupni intervju.....	16
3.1.2 Dubinski intervju	17
3.1.3 Projektivne tehnike	17
3.2 OPISNA (DESKRIPTIVNA) ISTRAŽIVANJA.....	18
3.2.1 Jednokratna istraživanja.....	19
3.2.2 Kontinuirana istraživanja-panel istraživanja.....	19
3.2.2.1 . Vrste panela	20
3.3 UZROČNA (KAUZALNA) ISTRAŽIVANJA.....	20
3.3.1 Postupak eksperimenta.....	21
3.3.2 Laboratorijski i terenski eksperimenti	22
4 SEKUNDARNI PODACI.....	24
5 PRIMARNI PODACI.....	25
5.1 METODA POSMATRANJA	25
5.1.1 Tehnike posmatranja.....	26
5.1.2 Prednosti i nedostaci metode posmatranja.....	26

5.2	METODA ISPITIVANJA	27
5.2.1	Vrste ispitivanja	27
5.2.2	Prednosti i nedostaci metoda ispitivanja.....	29
6	SPECIFIČOSTI ISTRAŽIVANJA U SEKTORU USLUGA	32
	ZAKLJUČAK	34
	LITERATURA.....	35