

## SADRŽAJ

UVOD.....	5
1. MARKETING ISTRAŽIVANJA .....	7
1.1. Pojam i uloga istraživanja marketinga .....	9
1.2. Proces marketing istraživanja.....	13
1.1.1. Definisane ciljeva i predmeta istraživanja .....	13
1.1.2. Razrada plana istraživanja .....	14
1.1.3. Prikupljanje podataka.....	14
1.1.4. Metode i tehnike marketing istraživanja.....	16
1.3. Uticaj interneta na istraživanje marketinga .....	17
1.4. Marketing sistem podrške odlučivanju .....	20
2. MARKETING MENADŽMENT ISTRAŽIVANJA.....	22
2.1. Informacija kao podrška donošenju odluka menadžmenta .....	23
2.2. Osnovni tokovi marketing menadžment informacija .....	23
2. TEHNOLOŠKA MARKETING MENADŽMENT ISTRAŽIVANJA.....	25
3.1. Mjerenja i istraživanja u informatičkoj eri.....	25
3.2. BSC - Balanced Scorcord Sistem .....	26
3.3. Mjere strategijskog mapiranja.....	30
3.4. Mjere finansijske perspektive.....	32
3.5. Informacioni sistemi u marketingu .....	34
3.5.1. Projektovanje sistema .....	34
3.5.2. Marketing informacioni sistem .....	35
3.5.3. Karakteristike informacionih sistema .....	37

ZAKLJUČAK.....	39
LITERATURA .....	41