

# SADRŽAJ

## UVOD

### 1. ISTRAŽIVANJE TRŽIŠTA

- 1.1. Istorija nastanka i razvoja istraživanja tržišta
- 1.2. Definisane istraživanja tržišta
- 1.3. Klasifikacija istraživanja

### 2. MARKETING ISTRAŽIVANJA

- 2.1. Istorija nastanka i razvoja marketing istraživanja
- 2.2. Definisane marketing istraživanja
- 2.3. Proces istraživanja marketinga
- 2.4. Klasifikacija marketing istraživanja
- 2.5. Razlike između marketing istraživanja i istraživanja tržišta

### 3. DIZAJN ISTRAŽIVANJA

- 3.1. Pojam dizajna istraživanja
- 3.2. Klasifikacija istraživačkog pristupa
- 3.3. Greške u dizajnu istraživanja

### 4. SEKUNDARNI PODACI

- 4.1. Pojam sekundarnih podataka
- 4.2. Prednosti i nedostaci sekundarnih podataka

### 5. PRAKTIČNI PRIMJER

- 5.1. Izvori podataka
- 5.2. Cilj istraživanja
- 5.5. Istraživački pristup
- 5.4. Upitnik
- 5.5. Rezultati ankete

## ZAKLJUČAK

## LITERATURA