



# MEĐIMURSKO VELEUČILIŠTE U ČAKOVCU

## MEĐIMURJE UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES IN ČAKOVEC

### SYLLABUS KOLEGIJA

AKADEMSKA GODINA: 2024./2025.

#### 1. OPĆE INFORMACIJE O KOLEGIJU

1.1. Naziv kolegija	Istraživanje turističkih tržišta			
1.2. Studijski program/i	Prijediplomski stručni studij Menadžment turizma i sporta			
1.3. Status kolegija (O, I)	obavezni	1.6. Način izvođenja nastave (broj sati)	Predavanja	30
1.4. Šifra kolegija			Vježbe	30
1.5. Kratica kolegija	ITT		Seminar	
1.6. Semestar	VI.		E-učenje	
1.7. Bodovna vrijednost (ECTS)	6	1.7. Mjesto i vrijeme održavanja nastave	Prostorije Međimurskog vеleučilišta u Čakovcu, prema rasporedu objavljenom na mrežnim stranicama.	

#### 2. NASTAVNO OSOBLJE

2.1. Nositelj/i-zvanje	Dr.sc. Andrijana Kos Kavran, prof.struč.stud.	kontakt	akos@mev.hr
		kontakt	
2.2. Asistent/i-zvanje		kontakt	
		kontakt	
2.3. Izvođač/i-zvanje	Dr.sc. Andrijana Kos Kavran, prof.struč.stud	kontakt	akos@mev.hr
		kontakt	

#### 3. OPIS KOLEGIJA

3.1. Ciljevi kolegija	Student će nakon odslušanog kolegija moći razumjeti i analizirati rezultate istraživanja i drugih nastalih rezultata iz konkretnih istraživačkih projekata.
3.2. Uvjeti za upis i polaganje kolegija	Nema uvjeta.
3.3. Ishodi učenja	Studenti će nakon uspješno savladanog kolegija moći: I1. Interpretirati temeljne kategorije koje se vezuju uz područje istraživanja tržišta I2. Definirati problem istraživanja i postaviti istraživačka pitanja. I3. Sastaviti plan istraživanja tržišta, definirati uzorak i odrediti vrstu istraživanja. I4. Oblikovati instrument istraživanja. I5. Primjenom odgovarajućih metoda interpretirati prikupljene podatke. I6. Sastaviti izvještaj.
3.4. Doprinos kolegija studijskom programu	Predstaviti informacije, ideje, probleme i rješenja stručnoj i široj javnosti. Kritički evaluirati argumente, pretpostavke i podatke u cilju stvaranja mišljenja i pridonošenja rješenju problema. Primijeniti matematička i statistička znanja na ekonomski probleme. Primijeniti ekonomski alati u analizi turističkog tržišta.
3.5. Sadržaj kolegija	Kolegij iznosi sadržaje vezane za pojmove iz područja istraživanja tržišta. Sadržaji se obrađuju s aspekta turističkog tržišta. U nastavnim jedinicama iznose se sadržaji vezani za sekundarne i primarne podatke, vrste istraživanja i proces istraživanja.



<b>3.11. Pisani radovi</b>	Istraživački rad mora biti pisan računalom i imati minimalno 15-20 stranica teksta (Times New Roman, font slova 12). Istraživački radovi moraju imati adekvatnu naslovnu stranicu, sadržaj i označene stranice. Istraživački rad treba biti podijeljen u poglavlja: 1. Uvod; 2. Teorijski pregled literature; 3. Istraživanje; 4. Zaključak; 5. Popis literature; 6. Prilozi.	
<b>3.12. Obvezna literatura</b>	1. Marušić, M., Prebežac, D., Mikulić, J. (2019.): Istraživanje turističkih tržišta, Ekonomski fakultet, Zagreb.	
<b>3.13. Dopunska literatura</b>	1. Vranešević, T. (2014): Tržišna istraživanja u poslovnom upravljanju, Adeco, Zagreb.	
	2. Bilješke s predavanja.	
<b>4. DODATNE INFORMACIJE O KOLEGIJU</b>		
<b>4.1. Provjera kvalitete</b>	Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pisane evaluacije temeljeno na upitnicima, te na druge standardizirane načine a sukladno aktima Međimurskog veleučilišta u Čakovcu.	
<b>4.2. Kontaktiranje s nastavnikom</b>	Studenti mogu kontaktirati s nastavnikom tijekom termina konzultacija i za vrijeme nastave, svi ostali načini komunikacije dogovaraju se s nastavnikom. Moguće je postaviti pitanja i e-mailom na koji će biti odgovoren najkasnije za 48 sati. Poželjno je da studenti za sve nejasnoće dođu što češće na konzultacije.	
<b>4.3. Informiranje o kolegiju</b>	Obveza je svakog studenta redovito se informirati o odvijanju nastave. Sve obavijesti o održavanju ili eventualnoj odgodi nastave objavljaju se na sustavu za e- učenje Merlin i na mrežnim stranicama Veleučilišta.	
<b>5. RAZRADA TEMATSKIH CJELINA</b>		
Tjedan	Tema	Ishod učenja kolegija
1.	Sadržaj i proces istraživanja tržišta, Marketinški informacijski sustav	I1, I3
2.	Sekundarni podaci	I1, I2
3.	Izviđajna istraživanja	I1, I2
4.	Opisna istraživanja	I1, I2
5.	Uzročna istraživanja	I1, I2
6.	Primarni podaci	I2, I3
7.	Uzorak	I3
8.	Sastavljanje instrumenta istraživanja	I4
9.	Obrada i analiza i podataka	I5
10.	Prikazivanje rezultata istraživanja	I6
11.	Istraživanje za potrebe segmentacije turističkog tržišta	I1, I5
12.	Istraživanje za potrebe ugostiteljskih poduzeća	I1, I5
13.	Istraživanje za potrebe posrednika u organizaciji i prodaji turističkih usluga	I1, I5
14.	Istraživanje za potrebe prijevoznih poduzeća	I1, I5
15.	Istraživanje za potrebe razvoja održivog turizma	I1, I5