

	<b>UČNI NAČRT PREDMETA/COURSE SYLLABUS</b>
<b>Predmet:</b>	<b>Kvantitativni modeli v trženju</b>
<b>Course title</b>	<b>Quantitative Models of Marketing</b>

<b>Študijski program in stopnja</b> <b>Study programme and level</b>	<b>Študijska smer</b> <b>Study field</b>	<b>Letnik</b> <b>Academic year</b>	<b>Semester</b> <b>Semester</b>
Upravljanje in poslovanje 2	Upravljanje in poslovanje	1.	2.
Business and Management 2	Business and Management	1 <sup>st</sup>	2 <sup>nd</sup>

**Vrsta predmeta/Course type** modularni/module

**Univerzitetna koda predmeta/University course code**

<b>Predavanja</b> <b>Lectures</b>	<b>Seminar</b> <b>Seminar</b>	<b>Sem. vaje</b> <b>Tutorial</b>	<b>Lab. vaje</b> <b>Laboratory work</b>	<b>Teren. vaje</b> <b>Field work</b>	<b>Samost. delo</b> <b>Individ. work</b>	<b>ECTS</b>
20		15				6

**Nosilec predmeta/Lecturer:** Doc. dr. Jelena Klisara

<b>Jezik/</b> <b>Languages:</b>	<b>Predavanja/Lectures:</b>	slovenski/Slovenian
	<b>Vaje/Tutorial:</b>	slovenski/Slovenian

**Pogoji za vključitev v delo oz. za opravljanje študijskih obveznosti:** **Prerequisites:**

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pogoj za vključitev v delo je vpis v 1. letnik študijskega programa.</li> <li>• Študent mora pred izpitom pripraviti in predstaviti raziskovalno nalogo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• The condition for inclusion is entry in the first year of study.</li> <li>• Student has to prepare, present and defend a research paper before the exam.</li> </ul>
--	--

**Vsebina:**

**Content (Syllabus outline):**

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Uvod. Raziskovalni procesi. Raziskovalni problemi. Raziskovalna etika. Priprava raziskovalnega načrta. Vrste informacij, potrebnih za oblikovanje tržnih aktivnosti.</li> <li>• Zasnova zbiranja podatkov. Sekundarni podatki. Primarni podatki. Načini zbiranja podatkov.</li> <li>• Izdelava anketnega vprašalnika. Izbor tipa vprašalnika. Določitev vsebine vprašanj. Odgovori na posamezna vprašanja. Organiziranost vprašanj in določitev oblike vprašalnika.</li> <li>• Specifičnost telefonskih osebnih anket. Specifičnost anketiranja po pošti. Zanesljivost in veljavnost.</li> <li>• Intervju. Delphi. Panel.</li> <li>• Analiza podatkov.</li> <li>• Metode za razvrščanje v skupine.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Introduction. Research processes. Research problems. Research ethics. Preparation of the research plan. Types of information needed to create market activities.</li> <li>• Data collection concept. Secondary data. Primary data. Methods of data collection.</li> <li>• Designing a questionnaire. Selecting the type of questionnaire. Defining the content of the questions. Answers to individual questions. Organizing questions and determining the form of the questionnaire.</li> <li>• Specificity of telephone personal surveys. Specificity of postal interviewing. Reliability and validity.</li> <li>• Interview. Delphi. Panel.</li> <li>• Data analysis.</li> <li>• Grouping methods.</li> </ul>
--	---

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Metoda glavnih komponent in faktorska analiza.</li> <li>• Analiza portfolio.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• The main component method and factor analysis.</li> <li>• Portfolio analysis.</li> </ul>
--	---

### Temeljna literatura in viri/Readings:

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Johnson, R. A., D.W. Wichern (2002). Applied Multivariate Statistical Analysis. New Jersey: Prentice Hall.</li> <li>• Dillon, W.R., M. Goldstein (1984). Multivariate Analysis. New York: Wiley &amp; Sons.</li> </ul>
---

### Cilji in kompetence:

*Učna enota prispeva predvsem k razvoju naslednjih splošnih in specifičnih kompetenc:*

- poznavanje in razumevanje procesov v poslovnem okolju organizacije in sposobnost za njihovo analizo, sintezo in predvidevanje rešitev ter njihovih posledic,
- sposobnost kreativne uporabe znanja v poslovnem okolju,
- etična refleksija in zavezanost profesionalni etiki v poslovnem okolju, spoštovanje nediskriminatornosti in multikulturalnosti v organizaciji in njenem (mednarodnem) okolju,
- proaktiven odnos do interesnih skupin (partnerjev, dobaviteljev, kupcev, konkurence in politikov...),
- sposobnost za načrtovanje, upravljanje in samokontrolo izvajanja marketinških načrtov,
- celostno obvladovanje temeljnega znanja mikro- in makro-ekonomije, strateškega menedžmenta, marketinga, sodobnih organizacijskih teorij in metodologije raziskovanja ter njegova interdisciplinarna uporaba,
- razumevanje splošne strukture družboslovnih ved in povezanost s kvantitativnimi vedami, ekonomijo, poslovodenjem, poslovnimi in organizacijskimi vedami, pravom ...
- razumevanje individualnih vrednot in vrednostnih sistemov, obvladovanje profesionalno-etičnih vprašanj,
- usposobljenost za strateško vodenje, upravljanje in razvoj najzahtevnejših delovnih sistemov po sodobnih organizacijsko-ekonomskih načelih,
- razumevanje odnosov med organizacijo in socialnim okoljem – sistemsko gledanje in delovanje.

### Objectives and competences:

*The learning unit mainly contributes to the development of the following general and specific competences:*

- knowledge and understanding of processes in the organization's business environment and ability to analyze, synthesize and anticipate solutions as well as their consequences,
- the ability to creatively use knowledge in a business environment,
- ethical reflection and commitment to professional ethics in the business environment, respect for non-discrimination and multiculturalism in the organization and its (international) environment,
- proactive attitude towards stakeholders (partners, suppliers, customers, competition and politicians, etc.),
- the ability to plan, manage and self-control the implementation of marketing plans,
- comprehensive management of the fundamental knowledge of micro- and macroeconomics, strategic management, marketing, contemporary organizational theories and methodology of research as well as its interdisciplinary application,
- understanding the general structure of social sciences and the connection with quantitative sciences, economics, management, business and organizational sciences, law, etc.
- understanding individual values and value systems, managing professional-ethical issues,
- competence for strategic management, for managing and developing the most demanding work systems according to modern organizational-economic principles,
- understanding relationships between the

	organization and the social environment - systemic viewing and operation.
--	---

**Predvideni študijski rezultati:**

**Intended learning outcomes:**

<p>Znanje in razumevanje:</p> <p><i>Študent/študentka zna:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ovrednotiti pomen dejavnikov, ki vplivajo na ustvarjalno reševanje problemov,</li> <li>• določiti raziskovalni problem in pripraviti raziskovalni načrt,</li> <li>• sistematično zbrati, procesirati in analizirati primarne in sekundarne podatke,</li> <li>• uporabiti metode, ki služijo za odkrivanje tržnih priložnosti ali težav, za nadzorovanje nastopa na trgu, pa tudi za boljše razumevanje procesa odločanja v podjetju.</li> </ul>	<p>Knowledge and understanding:</p> <p><i>Students are able to:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• evaluate the significance of factors that influence the creative problem solving,</li> <li>• identify the research problem and prepare a research plan,</li> <li>• systematically collect, process and analyze primary and secondary data,</li> <li>• use methods that serve to discover market opportunities or problems, to control market entry, as well as to better understand the decision-making process in the company.</li> </ul>
---	---

**Metode poučevanja in učenja:**

**Learning and teaching methods:**

<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>predavanja</i> z aktivno udeležbo študentov (razlaga, diskusija, vprašanja, primeri, reševanje problemov, ekskurzija),</li> <li>• <i>vaje</i> v vsebinski povezavi s prakso (refleksija izkušenj, projektno delo, timsko delo, metode kritičnega mišljenja, diskusija, sporočanje povratne informacije, socialne igre),</li> <li>• <i>individualne in skupinske konzultacije</i> (diskusija, dodatna razlaga, obravnava specifičnih vprašanj),</li> <li>• <i>oblikovanje portfolija in samostojen študij</i> (motiviranje, usmerjanje, samoopazovanje, samouravnavanje, refleksija, samoocenjevanje).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>lectures</i> with active student participation (explanation, discussion, questions, examples, solving problems),</li> <li>• <i>tutorial</i> in content relation to practice (reflection of experience, project work, team work, methods of critical thinking, discussion, giving feedback, social games),</li> <li>• individual and group <i>consultations</i> (discussion, additional explanation, dealing with specific questions),</li> <li>• <i>designing a portfolio and independent study</i> (motivation, guidance, self-observation, self-regulation, reflection, self-evaluation).</li> </ul>
--	--

**Načini ocenjevanja:**

Delež (v %)

Weight (v %)

**Assessment:**

<p>Način (pisni izpit, ustno spraševanje, naloge, projekt):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 100 % udeležba na predavanjih in vajah,</li> <li>• uspešno opravljena projektna naloga s predstavitvijo in zagovorom.</li> <li>• Če študent ni 100 % udeležen na predavanjih in vajah, mora poleg projektne naloge opraviti tudi izpit: <ul style="list-style-type: none"> <li>- izpit,</li> <li>- priprava, predstavitev in</li> </ul> </li> </ul>	<p>100 %</p> <p>70 %</p> <p>30 %</p>	<p>Types (written examination, oral examination, coursework, project):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 100 % attendance of lectures and tutorial,</li> <li>• successfully accomplished project assignment with presentation and defense.</li> <li>• If the student has not fully attended lectures and tutorial (100%), they have to prepare the project paper and take the exam: <ul style="list-style-type: none"> <li>- exam,</li> </ul> </li> </ul>
--	--------------------------------------	--

zagovor raziskovalne naloge.		- preparation, presentation and defense of a research paper.
------------------------------	--	--