



## Акредитација студијског програма

МАСТЕР АКАДЕМСКЕ СТУДИЈЕ (МАС)

Пословна аналитика

## Стандард 05. - Курикулум

Табела 5.2 Спецификација предмета

Студијски програм	Пословна аналитика				
Назив предмета	01.M20009 Анализа и мерење преференција				
Наставник (ци)	Кузмановић С. Марија, Ванредни професор				
Статус предмета	ИМ				
Број ЕСПБ	6				
Услов	Нема.				
Предмети предуслови	Нема				
Циљ предмета					
Циљ предмета је да се студентима омогући стицање знања о моделима, методама и техникама за мерење и анализу ставова и преференција, као и да се студенти оспособе за самосталан истраживачки рад и доношење одлука у комплексном пословном окружењу уз примену напредних алата и софтвера за мерење и анализу преференција, сегментацију на основу преференција, као и симулацију понашања појединаца и група.					
Исход предмета					
Студенти су оспособљени да: самостално спроведу истраживање уз примену напредних метода и техника за мерење и анализу преференција методолошки приступе планирању истраживања (дефинисање проблема, предмета, циља и хипотеза) креирају моделе преференција и одговарајуће симулационе моделе за предвиђање удела преференција и/или тржишног удела, примене адекватне методе за мерење и анализу преференција и кластеровање на бази преференција, користе савремене алате и софтверске пакете за прикупљање и анализу података, сегментацију, симулацију и визуелизацију, дефинишу препоруке и доносе одлуке засноване на подацима аналитички и критички размишљају					
Садржај предмета					
Теоријска настава П1. Уводно предавање: Основни концепти метода за мерење преференција и примене у пословном одлучивању. П2. Методе за мерење ставова: Мултиатрибутивни модели, појам и врсте. П3: Перцептуално мапирање: Појам. Методе и технике. Композитно мапирање. Примена. П4: Методе за мерење преференција: Појам и врсте. Методе откривених наспрам метода формулисаних преференција. Композитне наспрам декомпозиционих техника. П5: Концоинт анализа: Појам и врсте. Поређење са другим методама евалуације. Предности примене. П6-П7. Планирање и спровођење концоинт анализе: Избор методе – концоинт анализа базирана на оцењивању и рангирању, анализа дискретних избора. Идентификовање атрибута и њихових нивоа. Генерисање плана експеримента. План истраживања и припрема презентације концепата. Технике прикупљања података. П8-П10. Анализа података: Моделирање преференција - регресиони модели, модел случајних коефицијента, модели дискретних избора, logit модел. Индивидуални наспрам агрегатних модела. Процедуре за процену корисности - метода најмањих квадрата, хијерархијска Бајесова метода. П11-П13: Симулација резултата. Кластер анализа и сегментација. Концоинт симулациони модели. П14-П15. Примена концоинт анализе: Приказ неких од примена у пословном одлучивању у разним производним и услужним делатностима. Практична настава Анализе случајева из праксе и интерактивне дискусије према садржају теоријске наставе. Упознавање са одговарајућим софтверским пакетима за планирање и спровођење истраживања, као и за обраду података, кластер анализу и симулацију (SPSS, Conjoint.ly, Sawtooth software, Excel...). Студијски истраживачки рад уз консултације током самосталне израде пројекта.					
Литература					
Р.бр.	Аутор-и	Наслов	Издавач	Година	
1,	Kuzmanovic Marija	Kvantitativne metode u marketingu Primena Conjoint analize	Društvo operacionih istraživača, Beograd	2006	
2,	Gustafsson, A., Herrmann, A., Huber, F. (Eds)	Conjoint measurement: methods and applications, 4. Edition	Berlin [etc.]: Springer	2007	
3,	Rao, V.R.	Applied conjoint analysis	New York: Springer	2014	
4,	---	Материјали са предавања		2020	
Број часова активне наставе	Теоријска настава	Практична настава			Остали часови
		Вежбе	ДОН	СИР	
	2	2	0	0	0
Методе извођења наставе					
Предавања праћена одговарајућим презентацијама и мултимедијалним садржајима. Креативне радионице базиране на интерактивном раду са студентима кроз анализу студија случајева из праксе уз симулацију у условима турбулентног окружења. Тимски рад у изради пројекта уз примену савремених софтвера за дизајн студије, обраду и анализу података, симулацију резултата и презентацију предлога пословних решења.					



УНИВЕРЗИТЕТ У БЕОГРАДУ, ФАКУЛТЕТ ОРГАНИЗАЦИОНИХ НАУКА

11040 БЕОГРАД, ЈОВЕ ИЛИЋА 154



## Акредитација студијског програма

МАСТЕР АКАДЕМСКЕ СТУДИЈЕ (МАС)

Пословна аналитика

### Стандард 05. - Курикулум

Оцене знања (максимални број поена 100)					
Предиспитне обавезе	Обавезна	Поена	Завршни испит	Обавезна	Поена
Активност на предавањима	Да	10.00	Усмени испит	Да	30.00
Презентација пројекта	Да	60.00			