

**Poštovani,**

pozivamo vas na Znanstveni utorak koji će se održati **30. listopada 2019.** godine (**srijeda**) u Ekonomskom institutu, Zagreb, I. kat, s početkom u 14:00 sati. Izlaganje će održati **dr. sc. Sonja Radas** na temu:

## **Predicted preference conjoint analysis**

Prezentacija se temelji na istraživanju nastalom u okviru projekta *Tvoj Grant@EIZ* u koautorstvu s Draženom Prelecom s Massachusetts Institute of Technology (MIT).

*Iz sažetka rada koji će biti predstavljen:*

In this paper we propose a new method of eliciting market research information. Instead of asking respondents for their personal choices and preferences, we ask respondents to predict the choices of other respondents to the survey. Such predictions tap respondents' knowledge of peers, whether based on direct social contacts or on more general cultural information. The effectiveness of this approach has already been demonstrated in context of political polling. Here we extend it to market research, specifically, to conjoint analysis. A theoretical argument demonstrates that predictions should yield utility estimates that are more accurate, and less noisy than estimates based on own stated preferences. These theoretical results are confirmed in four online experiments.

**Sonja Radas** znanstvena je savjetnica na Ekonomskom institutu, Zagreb te pridružena znanstvenica na MIT-u. Doktorirala je matematiku 1994. na Sveučilištu u Floridi, a dvije godine kasnije i marketing na istoj instituciji. Istraživački interesi su joj inovacije, razvoj i marketing novih proizvoda, usluga i tehnologija, modeliranje difuzija i inovacija te veze između znanosti i gospodarstva.

Zahvaljujemo na odazivu.