

Ekonomski fakultet / MENADŽMENT / STRATEGIJSKI MARKETING

Naziv predmeta:	STRATEGIJSKI MARKETING			
Šifra predmeta	Status predmeta	Semestar	Broj ECTS kredita	Fond časova (P+V+L)
11746	Obavezan	1	8	4+0+0
Studijski programi za koje se organizuje	MENADŽMENT			
Uslovljenost drugim predmetima	Nema uslova za prijavljivanje i slušanje predmeta.			
Ciljevi izučavanja predmeta	Osnovni cilj predmeta je da obrazuje studente da u uslovima savremene tržišne privrede efektivno, efikasno i na fer način ostvaruju misiju, ciljeve i strategije preduzeća. Otuda, pored teorijskih objašnjenja koncepta strategijskog marketing menadžmenta, disciplina obuhvata problematiku analize poslovne tržišne strategije, te kreiranje optimalnih strategijskih odgovora za održivi razvoj preduzeća, odnosno obezbjeđenje konkurentske prednosti u očima potrošača. Krajnji cilj je ovladavanje studenata principima, logikom i vještinama strategijskog marketinga, odnosno nastojanje da se studenti osposobe da, na bazi stečenih znanja i vještina, primijene u organizacijama dugoročno održivu orijentaciju ka potrošačima.			
Ishodi učenja	Nakon što student položi ovaj ispit, biće u mogućnosti da: □ Kritički analizira ključne kategorije i procese koji se vezuju za implementaciju marketing strategije na odabranom tržištu; □ Kreira marketing strategiju i strateški upravlja planiranjem marketing aktivnosti; □ Analizira i objasni moguće načine identifikovanja tržišnih mogućnosti; □ Klasifikuje i rangira primjerene pristupe analize za potrebe donošenja marketing odluka; □ Analizira uticaj faktora okruženja na odabir strategije marketinga; □ Argumentuje odabir strategije kreiranja proizvoda, cijene, distribucije i promocije (komunikacije), na primjeru konkretnog preduzeća; □ Objasni pristup segmentacije tržišta, diferenciranja ponude i pozicioniranja proizvoda (na primjeru konkretnog preduzeća); □ Objasni uticaj aktuelnih trendova i očekivanih globalnih promjena na potencijalne strateške marketing programe;			
Ime i prezime nastavnika i saradnika	Prof. dr Boban Melović, redovni profesor			
Metod nastave i savladanja gradiva	Predavanja, vježbe, seminarski radovi, praktični radovi, studije slučaja (case study), debate, praktične radionice (izrada projekta), konsultacije.			
Plan i program rada				
Pripremne nedjelje	Priprema i upis semestra			
I nedjelja, pred.	Opšta obilježja marketinga			
I nedjelja, vježbe				
II nedjelja, pred.	Marketing i izazovi savremenog društva			
II nedjelja, vježbe				
III nedjelja, pred.	Društvena odgovornost i etika u marketingu			
III nedjelja, vježbe				
IV nedjelja, pred.	Strategijsko planiranje marketinga			
IV nedjelja, vježbe				
V nedjelja, pred.	Organizacija marketing funkcije			
V nedjelja, vježbe				
VI nedjelja, pred.	Analize u marketingu			
VI nedjelja, vježbe				
VII nedjelja, pred.	Odabir i primjena marketing strategije			
VII nedjelja, vježbe				
VIII nedjelja, pred.	Segmentacija			
VIII nedjelja, vježbe				
IX nedjelja, pred.	Targetiranje			
IX nedjelja, vježbe				
X nedjelja, pred.	Pozicioniranje			
X nedjelja, vježbe				

XI nedjelja, pred.	Proizvod/usluga					
XI nedjelja, vježbe						
XII nedjelja, pred.	Cijena					
XII nedjelja, vježbe						
XIII nedjelja, pred.	Distribucija					
XIII nedjelja, vježbe						
XIV nedjelja, pred.	Promocija					
XIV nedjelja, vježbe						
XV nedjelja, pred.	Gerila marketing – savremeni strateški pristup marketingu					
XV nedjelja, vježbe						
Opterećenje studenta	Nedjeljno 8 kredita x 40/30 = 10 sati 40 minuta Struktura: 2 sata i 15 minuta za predavanja 1 sat i 30 minuta za vježbe 6 sati i 55 minuta samostalnog rada studenta, uključujući i konsultacije. U semestru Ukupno opterećenje za predmet 8 x 30 = 240 sati Struktura: Nastava i završni ispit: 10 sati 40 min x 16 nedjelja = 170 sati 40 min Neophodne pripreme prije početka semestra (administracija, upis, ovjera): 10 sati 40 min x 2 = 21 sat 20 minuta . Dopunski rad za pripremu i polaganje ispita u popravnom roku: 48 sati.					
Nedjeljno			U toku semestra			
8 kredita x 40/30=10 sati i 40 minuta 4 sat(a) teorijskog predavanja 0 sat(a) praktičnog predavanja 0 vježbi 6 sat(a) i 40 minuta samostalnog rada, uključujući i konsultacije			Nastava i završni ispit: 10 sati i 40 minuta x 16 =170 sati i 40 minuta Neophodna priprema prije početka semestra (administracija, upis, ovjera): 10 sati i 40 minuta x 2 =21 sati i 20 minuta Ukupno opterećenje za predmet: 8 x 30=240 sati Dopunski rad za pripremu ispita u popravnom ispitnom roku, uključujući i polaganje popravnog ispita od 0 do 30 sati (preostalo vrijeme od prve dvije stavke do ukupnog opterećenja za predmet) 48 sati i 0 minuta Struktura opterećenja: 170 sati i 40 minuta (nastava), 21 sati i 20 minuta (priprema), 48 sati i 0 minuta (dopunski rad)			
Obaveze studenta u toku nastave			Studenti su u obavezi da redovno prisustvuju nastavi i učestvuju u aktivnostima tokom nastavnog procesa – kolokvijum, praktični rad, studije slučaja, diskusije, završni ispit.			
Konsultacije			U terminu dostupnom na sajtu fakulteta.			
Literatura			Melović, B., Pavičić, J., Gnjidić, V., Drašković N., (2019), Strateški marketing, Ekonomski fakultet Podgorica, Ekonomski fakultet Zagreb.			
Oblici provjere znanja i ocjenjivanje			Pravila ocjenjivanja na predmetu su usaglašena sa Pravilima studiranja na postdiplomskim studijama, propisanim od strane Univerziteta Crne Gore (opširnije vidjeti na www.ucg.ac.me). Struktura ocjene formira se na bazi sljedećih elemenata: 1. Pismeni dio ispita - kolokvijum (40 poena) 2. Praktični rad (20 poena) 3. Završni dio ispita (40 poena) Ukupno 100 poena Da bi položio ispit student treba da prikupi kumulativno minimum 50 poena, kroz ponuđene oblike aktivnosti.			
Posebne naznake za predmet						
Napomena						
Ocjena:	F	E	D	C	B	A
Broj poena	manje od 50 poena	više ili jednako 50 poena i manje od 60 poena	više ili jednako 60 poena i manje od 70 poena	više ili jednako 70 poena i manje od 80 poena	više ili jednako 80 poena i manje od 90 poena	više ili jednako 90 poena