

Ekonomski fakultet / Ekonomija, smjer Menadžment / MARKETING MENADŽMENT MALOG BIZNISA

Naziv predmeta:	MARKETING MENADŽMENT MALOG BIZNISA			
Šifra predmeta	Status predmeta	Semestar	Broj ECTS kredita	Fond časova (P+V+L)
3989	Obavezan	8	4	2+2+0
Studijski programi za koje se organizuje	Ekonomija, smjer Menadžment			
Uslovljenost drugim predmetima	Nema uslova za prijavljivanje i slušanje predmeta. Poželjno je da je student položio bazične discipline Marketing, Menadžment i Biznis			
Ciljevi izučavanja predmeta	Ovladavanje studenata principima i bazičnim vještinama upravljanja marketingom u malim i srednjim preduzećima (MSP), odnosno nastojanje da se studenti osposobe da uoče problem, analiziraju ga, predlože način rješavanja i tako, na bazi stečenih znanja i vještina, donose optimalna poslovna rješenja (odluke). Otuda, pored teorijskih objašnjenja upravljanja marketingom u sektoru MSP, disciplina sagledava mogućnosti primjene benčmarkinga u sektoru MSP, kao i analizu osnovnih grešaka koje treba izbjegavati u marketingu. Krajnji cilj je ovladavanje studenata vještinom izrade kvalitetnog marketing plana sa svim neophodnim elementima.			
Ishodi učenja	Nakon što student položi ovaj ispit, biće u mogućnosti da: - opiše osnovne kategorije i specifičnosti primjene marketinga u sektoru malih i srednjih preduzeća - ukaže na osnovne sličnosti i razlike između marketinga u velikim i malim preduzećima, kao i da prepozna ključne odrednice „gerila marketinga“ (na primjeru konkretnog preduzeća) - objasni razvoj plana „gerila marketinga“ i ukaže na proces istraživanja tržišta u sektoru MSP - diskutuje o benčmarkingu kao modelu unapređenja konkurentnosti malih i srednjih preduzeća, vrstama i procesu na primjeru konkretnih preduzeća - objasni instrumente marketinga (proizvod, cijenu, distribuciju i promociju) u malom biznisu (na primjeru konkretnog preduzeća) - procijeni načine izbjegavanja grešaka u marketingu MSP - opiše postupak izrade marketing plana i razvije model marketing plana na primjeru konkretnog preduzeća			
Ime i prezime nastavnika i saradnika	Mirjana Kuljak Dragana Ćirović			
Metod nastave i savladanja gradiva	Predavanja, vježbe, studije slučajeva, praktični radovi, izrada seminarskih radova, debate, diskusije, konsultacije			
Plan i program rada				
Pripremne nedjelje	Priprema i upis semestra			
I nedjelja, pred.	Uvod u marketing malog biznisa Specifičnosti primjene marketinga u sektoru MSP			
I nedjelja, vježbe	Uvod u marketing malog biznisa Specifičnosti primjene marketinga u sektoru MSP			
II nedjelja, pred.	Marketing i preduzetništvo			
II nedjelja, vježbe	Marketing i preduzetništvo			
III nedjelja, pred.	Benchmarking – koncept, vrste, proces realizacije, svjetski i domaći primjeri			
III nedjelja, vježbe	Benchmarking – koncept, vrste, proces realizacije, svjetski i domaći primjeri			
IV nedjelja, pred.	Benchmarking – specifičnosti primjene u MSP			
IV nedjelja, vježbe	Benchmarking – specifičnosti primjene u MSP			
V nedjelja, pred.	Instrumenti marketinga u malom biznisu			
V nedjelja, vježbe	Instrumenti marketinga u malom biznisu			
VI nedjelja, pred.	I kolokvijum			
VI nedjelja, vježbe	I kolokvijum			
VII nedjelja, pred.	Proizvod u MSP; Politika cijena u MSP; Distribucija i promocija u MSP			
VII nedjelja, vježbe	Proizvod u MSP; Politika cijena u MSP; Distribucija i promocija u MSP			
VIII nedjelja, pred.	Deset smrtnih grijehova u marketingu – kako izbjeći greške u marketingu MSP?			
VIII nedjelja, vježbe	Deset smrtnih grijehova u marketingu – kako izbjeći greške u marketingu MSP?			
IX nedjelja, pred.	Marketing planiranje – plan marketinga u MSP			
IX nedjelja, vježbe	Marketing planiranje – plan marketinga u MSP			
X nedjelja, pred.	Preduzetnički marketing plan – objašnjenje ključnih karakteristika			
X nedjelja, vježbe	Preduzetnički marketing plan – objašnjenje ključnih karakteristika			

XI nedjelja, pred.	Postupak izrade marketing plana MSP					
XI nedjelja, vježbe	Postupak izrade marketing plana MSP					
XII nedjelja, pred.	Implementacija i kontrola (revizija) primjene plana marketinga u MSP					
XII nedjelja, vježbe	Implementacija i kontrola (revizija) primjene plana marketinga u MSP					
XIII nedjelja, pred.	Najbolji slučajevi MSP prakse – case study analiza Izlaganje praktičnih i seminarskih radova					
XIII nedjelja, vježbe	Najbolji slučajevi MSP prakse – case study analiza Izlaganje praktičnih i seminarskih radova					
XIV nedjelja, pred.	II kolokvijum					
XIV nedjelja, vježbe	II kolokvijum					
XV nedjelja, pred.	Popravni kolokvijumi					
XV nedjelja, vježbe						
Opterećenje studenta	Ukupno opterećenje za predmet: 4 x 30 = 120 sati; Struktura: Nastava i završni ispit:: 5,3 x 16 nedjelja = 85,3 sati; Neophodne pripreme prije početka semestra (administracija, upis, ovjera): 5,3x2 = 10,6 sata Dopunski rad za pripremu i polaganje ispita u popravnom roku: 24,1 sati.					
Nedjeljno			U toku semestra			
4 kredita x 40/30=5 sati i 20 minuta 2 sat(a) teorijskog predavanja 0 sat(a) praktičnog predavanja 2 vježbi 1 sat(a) i 20 minuta samostalnog rada, uključujući i konsultacije			Nastava i završni ispit: 5 sati i 20 minuta x 16 =85 sati i 20 minuta Neophodna priprema prije početka semestra (administracija, upis, ovjera): 5 sati i 20 minuta x 2 =10 sati i 40 minuta Ukupno opterećenje za predmet: 4 x 30=120 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) 24 sati i 0 minuta Struktura opterećenja: 85 sati i 20 minuta (nastava), 10 sati i 40 minuta (priprema), 24 sati i 0 minuta (dopunski rad)			
Obaveze studenta u toku nastave			Studenti su u obavezi da redovno prisustvuju nastavi i rade planirane kolokvijume. Pored toga, studenti su obavezni da rade praktični i seminarski rad. Prvi kolokvijum test se polaže 21.03.2018, a drugi 25.04.2018. godine. Prvi kolokvijum obuhvata ob			
Konsultacije			Poslije časova predavanja i u zvaničnim terminima konsultacija objavljenim na sajtu fakulteta.			
Literatura			Osnovna: Melović B., Marketing menadžment malog biznisa, hrestomatija, 2014; Lajović D., Melović B., Marketing menadžment malog biznisa, hrestomatija, 2008; Dopunska: Melović B., Međunarodni benchmarking, Ekonomski fakultet Podgorica, 2007; Lajović D., Preduzetnički marketing plan, CID, Podgorica, 2010; Paten D., Uspješan marketing za mala preduzeća, Clio, Beograd, 2006; Materijal sa časova predavanja i vježbi.			
Oblici provjere znanja i ocjenjivanje			Bodovanje aktivnosti i ispita: - aktivnost na časovima: 10 poena - seminarski rad: 10 poena - dva kolokvijuma: 2x25 poena - završni ispit: 30 poena			
Posebne naznake za predmet						
Napomena			Dodatne informacije se mogu dobiti kod predmetnog nastavnika ili putem maila predmetnog nastavnika.			
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