

Ekonomski fakultet / Ekonomija, smjer Menadžment biznisa / MARKETING MENADŽMENT

Naziv predmeta:	MARKETING MENADŽMENT			
Šifra predmeta	Status predmeta	Semestar	Broj ECTS kredita	Fond časova (P+V+L)
4188	Obavezan	1	7	2++0
Studijski programi za koje se organizuje	Ekonomija, smjer Menadžment biznisa			
Uslovljenost drugim predmetima				
Ciljevi izučavanja predmeta	Osnovni cilj kursa je da osposobi studente principe i logiku marketinga primjene u praksi. To, uz razumjevanja marketing filozofije, podrazumjeva, između ostalog, da poznaju i da su sposobni da primjene ključne marketinške „alate“ kao što su segmentiranje i izbor ciljnog tržišta i razvoj, implamantacija i kontrola marketing strategije i marketing plana. Znanja koja steknu će ih osposobiti da unose marketing duh i uključe se u primjenu marketinga u različitim vrstama organizacija. Pored toga nakon ovog kursa studenti će znati kao da usklađuju marketing strategiju i upravljanje organizacijama u okruženju XXI vijeka.			
Ishodi učenja	Studenti će po završetku kursa biti sposobni da principe i logiku marketinga primjene u praksi organizacija u kojim budu radili. Oni će samostalno moći da izvrše analizu situacije u kojoj se firma nalazi, uključujući analizu tržišta, da izvrše segmentaciju i izbor ciljnog tržišta, odrede marketing ciljeve, razviju i implementiraju marketing strategiju i izrade marketing plan. Znanja koja steknu na predmetu će ih, što je možda najvažnije, osposobiti da unose marketing duh i uključe se u primjenu marketinga u različitim vrstama organizacija.			
Ime i prezime nastavnika i saradnika	Prof. dr Milorad Jovović, Mr Nikola Mišnić			
Metod nastave i savladanja gradiva	Predavanja kroz prezentaciju teorije i prakse marketinga, Rješavanje problema iz prakse, Case study kroz izradu marketing strategije i marketing plana, rasprave...			
Plan i program rada				
Pripremne nedjelje	Priprema i upis semestra			
I nedjelja, pred.	Razumjevanje marketinga u XXI vijeku			
I nedjelja, vježbe				
II nedjelja, pred.	Razumjevanje upravljanja marketingom			
II nedjelja, vježbe				
III nedjelja, pred.	Marketing plan – značaj i komponente			
III nedjelja, vježbe				
IV nedjelja, pred.	Analiza situacije – polazna tačka razvoja marketing strategije i plana			
IV nedjelja, vježbe				
V nedjelja, pred.	Povezivanje sa klijentima (Razumjevanje kupaca i tržišta)			
V nedjelja, vježbe				
VI nedjelja, pred.	Segmentacija i izbor ciljnih tržišta			
VI nedjelja, vježbe				
VII nedjelja, pred.	Izgrađivanje snažnih marki			
VII nedjelja, vježbe				
VIII nedjelja, pred.	Određivanje strategije proizvoda i usluga			
VIII nedjelja, vježbe				
IX nedjelja, pred.	Razvijanje strategija i program određivanja cijena			
IX nedjelja, vježbe				
X nedjelja, pred.	Upravljanje isporukom vrijednosti			
X nedjelja, vježbe				
XI nedjelja, pred.	Upravljanje integralnim marketing komunikacijama			
XI nedjelja, vježbe				

XII nedjelja, pred.	Upravljanje masovnim komunikacijama					
XII nedjelja, vježbe						
XIII nedjelja, pred.	Upravljanje ličnim komunikacijama					
XIII nedjelja, vježbe						
XIV nedjelja, pred.	Uvođenje novih tržišnih ponuda					
XIV nedjelja, vježbe						
XV nedjelja, pred.	Upravljanje holističkom marketing organizacijom					
XV nedjelja, vježbe						
Opterećenje studenta	nedjeljno 7 kredita x 40/30 = 9.33 sati Struktura: 4 sata za predavanja 5.33 sata samostalnog rada, uključujući konsultacije. u semestru Ukupno opterećenje za predmet 7x30 = 210 sati Struktura: Nastava i završni ispit: 9.33x16nedjelja= 149.28 sata Neophodne pripreme prije početka semestra (administracija, upis, ovjera): 9.33x2= 19 sata. Dopunski rad za pripremu i polaganje ispita u popravnom roku: 60 sati. 4 sata za predavanja 5.33 sata samostalnog rada, uključujući konsultacije. u semestru Ukupno opterećenje za predmet 7x30 = 210 sati Struktura: Nastava i završni ispit: 9.33x16nedjelja= 149.28 sata Neophodne pripreme prije početka semestra (administracija, upis, ovjera): 9.33x2= 19 sata. Dopunski rad za pripremu i polaganje ispita u popravnom roku: 60 sati.					
Nedjeljno	U toku semestra					
7 kredita x 40/30=9 sati i 20 minuta 2 sat(a) teorijskog predavanja 0 sat(a) praktičnog predavanja 0 vježbi 7 sat(a) i 20 minuta samostalnog rada, uključujući i konsultacije	Nastava i završni ispit: 9 sati i 20 minuta x 16 =149 sati i 20 minuta Neophodna priprema prije početka semestra (administracija, upis, ovjera): 9 sati i 20 minuta x 2 =18 sati i 40 minuta Ukupno opterećenje za predmet: 7 x 30=210 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) 42 sati i 0 minuta Struktura opterećenja: 149 sati i 20 minuta (nastava), 18 sati i 40 minuta (priprema), 42 sati i 0 minuta (dopunski rad)					
Obaveze studenta u toku nastave	Očekuje se aktivno učešće studenata u nastavi. Ono može biti u formi prezentacija stečenog teorijskog i praktičnog znanja iz Upravljanja marketingom, prezentacija primjene segmentacije tržišta, Izrade marketing plana za odabranu organizaciju i sl.. kao i učešća u raspravi, odgovaranjem na postavljena pitanja, testovi, kolokvijum.					
Konsultacije	U predviđenim terminima i u dogovoru sa profesorom putem maila: upravljanjemarketingom2020@gmail.com					
Literatura	Ph. Kotler, K.L. Keller: Upravljanje marketingom 12. izdanje, Mate, 2008, ili neko drugo izdanje					
Oblici provjere znanja i ocjenjivanje	U toku semestra maksimum 50 poena: Prezentacija rada 30 poena; Kolokvijum 20 poena. Studenti kroz angažman u toku semestra mogu biti oslobođeni kolokvijuma ili njegovog dijela. Završni ispit maksimum 50 poena. Polaze se pripremom i prezentacijom marketing plana za izabranu organizaciju.					
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