

Ekonomski fakultet / POSLOVNA EKONOMIJA / MARKETING MENADŽMENT

Naziv predmeta:	MARKETING MENADŽMENT			
Šifra predmeta	Status predmeta	Semestar	Broj ECTS kredita	Fond časova (P+V+L)
12439	Obavezan	1	7	4+2+0
Studijski programi za koje se organizuje	POSLOVNA EKONOMIJA			
Uslovljenost drugim predmetima	Nema			
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 razumiju i u praksi organizacija u kojima budu radiili primjene principe i logiku marketinga. 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 formulišu, odnosno 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 vijek			
I nedjelja, vježbe	Razumjevanje marketinga u XXI vijek			
II nedjelja, pred.	Razumjevanje upravljanja marketingom			
II nedjelja, vježbe	Razumjevanje upravljanja marketingom			
III nedjelja, pred.	Marketing plan – značaj i komponente			
III nedjelja, vježbe	Marketing plan – značaj i komponente			
IV nedjelja, pred.	Analiza situacije – polazna tačka razvoja marketing strategije i plana			
IV nedjelja, vježbe	Analiza situacije – polazna tačka razvoja marketing strategije i plana			
V nedjelja, pred.	Povezivanje sa klijentima (Razumjevanje kupaca i tržišta)			
V nedjelja, vježbe	Povezivanje sa klijentima (Razumjevanje kupaca i tržišta)			
VI nedjelja, pred.	Segmentacija i izbor ciljnih tržišta			
VI nedjelja, vježbe	Segmentacija i izbor ciljnih tržišta			
VII nedjelja, pred.	Izgrađivanje snažnih marki			
VII nedjelja, vježbe	Izgrađivanje snažnih marki			
VIII nedjelja, pred.	Određivanje strategije proizvoda i usluga			
VIII nedjelja, vježbe	Određivanje strategije proizvoda i usluga			
IX nedjelja, pred.	Razvijanje strategija i program određivanja cijena			
IX nedjelja, vježbe	Razvijanje strategija i program određivanja cijena			
X nedjelja, pred.	Upravljanje isporukom vrijednosti			
X nedjelja, vježbe	Upravljanje isporukom vrijednosti			
XI nedjelja, pred.	Upravljanje integralnim marketing komunikacijama			
XI nedjelja, vježbe	Upravljanje integralnim marketing komunikacijama			

XII nedjelja, pred.	Upravljanje ličnim komunikacijama					
XII nedjelja, vježbe	Upravljanje ličnim komunikacijama					
XIII nedjelja, pred.	Upravljanje ličnim komunikacijama					
XIII nedjelja, vježbe	Upravljanje ličnim komunikacijama					
XIV nedjelja, pred.	Uvođenje novih tržišnih ponuda					
XIV nedjelja, vježbe	Uvođenje novih tržišnih ponuda					
XV nedjelja, pred.	Upravljanje holističkom marketing organizacijom					
XV nedjelja, vježbe	Upravljanje holističkom marketing organizacijom					
Opterećenje studenta	Nedjeljno 7 kredita x 40/30 = 9 sati 20 minuta Struktura: 3 sata za predavanja 1 sat i 30 minuta za vježbe 5 sati i 50 minuta samostalnog rada studenta, uključujući i konsultacije.					
Nedjeljno			U toku semestra			
7 kredita x 40/30=9 sati i 20 minuta 4 sat(a) teorijskog predavanja 0 sat(a) praktičnog predavanja 2 vježbi 3 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 popavnog 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			Profesor: ponedjeljak 10-12h Saradnik: četvrtak od 10-12h			
Literatura			Ph. Kotler, K.L. Keller: A Framework for marketing management, Pearson education limited, 2016, Ph. Kotler, K L Keller, M. Martinović: Upravljanje marketingom, Mate, 2014 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: Aktivnosti tokom semestra: 30 poena; Kolokvijum 20 poena. Završni ispit maksimum 50 poena.			
Posebne naznake za predmet			nema			
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