

Ekonomski fakultet / Studije menadžmenta, smjer Finansije i računovodstvo / 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	5	6	2+2+0
Studijski programi za koje se organizuje	Studije menadžmenta, smjer Finansije i računovodstvo			
Uslovljenost drugim predmetima	Nema uslova za prijavljivanje i slušanje predmeta. Poželjno je da je student položio bazične discipline Osnovi marketinga, Istraživanje marketinga i Osnovi menadžmenta.			
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	doc. dr Mirjana Kuljak; mr Dragana Čirović			
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; specifičnosti primjene benchmarking-a u MSP			
III nedjelja, vježbe	Benchmarking – koncept, vrste, proces realizacije, svjetski i domaći primjeri; specifičnosti primjene benchmarking-a u MSP			
IV nedjelja, pred.	Instrumenti marketinga u malom biznisu - tradicionalni vs digitalni marketing			
IV nedjelja, vježbe	Instrumenti marketinga u malom biznisu - tradicionalni vs digitalni marketing			
V nedjelja, pred.	Deset smrtnih grijehova u marketingu - kako izbjeći greške u marketingu MSP			
V nedjelja, vježbe	Deset smrtnih grijehova u marketingu - kako izbjeći greške u marketingu MSP			
VI nedjelja, pred.	Marketing planiranje - plan marketinga u MSP; postupak izrade marketing plana MSP			
VI nedjelja, vježbe	Marketing planiranje - plan marketinga u MSP; postupak izrade marketing plana MSP			
VII nedjelja, pred.	Preduzetnički marketing plan - objašnjenje ključnih karakteristika			
VII nedjelja, vježbe	Preduzetnički marketing plan - objašnjenje ključnih karakteristika			
VIII nedjelja, pred.	Kolokvijum			
VIII nedjelja, vježbe	Kolokvijum			
IX nedjelja, pred.	Implementacija i kontrola (revizija) primjene plana marketinga u MSP			
IX nedjelja, vježbe	Implementacija i kontrola (revizija) primjene plana marketinga u MSP			
X nedjelja, pred.	Popravni kolokvijum			

X nedjelja, vježbe	Popravni kolokvijum					
XI nedjelja, pred.	Analiza studije slučaja					
XI nedjelja, vježbe	Analiza studije slučaja					
XII nedjelja, pred.	Analiza studije slučaja					
XII nedjelja, vježbe	Analiza studije slučaja					
XIII nedjelja, pred.	Analiza studije slučaja					
XIII nedjelja, vježbe	Analiza studije slučaja					
XIV nedjelja, pred.	Analiza studije slučaja					
XIV nedjelja, vježbe	Analiza studije slučaja					
XV nedjelja, pred.	Analiza studije slučaja					
XV nedjelja, vježbe	Analiza studije slučaja					
Opterećenje studenta	Ukupno opterećenje za predmet: 6 x 30 = 180 sati; Struktura: Nastava i završni ispit: 8 x 16 nedjelja = 128 sati; Neophodne pripreme prije početka semestra (administracija, upis, ovjera): 8 x 2 = 16 sati; Dopunski rad za pripremu i polaganje ispita u popravnom roku: 36 sati.					
Nedjeljno			U toku semestra			
6 kredita x 40/30=8 sati i 0 minuta 2 sat(a) teorijskog predavanja 0 sat(a) praktičnog predavanja 2 vježbi 4 sat(a) i 0 minuta samostalnog rada, uključujući i konsultacije			Nastava i završni ispit: 8 sati i 0 minuta x 16 =128 sati i 0 minuta Neophodna priprema prije početka semestra (administracija, upis, ovjera): 8 sati i 0 minuta x 2 =16 sati i 0 minuta Ukupno opterećenje za predmet: 6 x 30=180 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) 36 sati i 0 minuta Struktura opterećenja: 128 sati i 0 minuta (nastava), 16 sati i 0 minuta (priprema), 36 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.			
Konsultacije			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: kolokvijum: 50 poena; završni ispit: 50 poena.			
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