

Ekonomski fakultet / MENADŽMENT / METRIKA MARKETINGA

Naziv predmeta:	METRIKA MARKETINGA			
Šifra predmeta	Status predmeta	Semestar	Broj ECTS kredita	Fond časova (P+V+L)
11765	Obavezan	3	6	4+0+0
Studijski programi za koje se organizuje	MENADŽMENT			
Uslovljenost drugim predmetima	Nema uslova za prijavljivanje i slušanje predmeta.			
Ciljevi izučavanja predmeta	Cilj predmeta je da studenti ovladaju integralno metrikama marketinga, koristeći statističke i matematičke metode u analizi podataka i problema u savremenom marketingu. Na taj način studenti će biti u mogućnosti da upotrebljavaju metrike marketinga i doprinesu efikasnosti i uspješnosti marketing odlučivanja.			
Ishodi učenja	Po završetku ovog predmeta, student će moći da: <input type="checkbox"/> Objasni i implementira metode metrike marketinga; <input type="checkbox"/> Klasificuje i upoređi statističke i matematičke metode u analizi podataka i problema u savremenom marketingu; <input type="checkbox"/> Analizira savremene trendove u okviru instrumenata marketing miksa i njihovih metrika; <input type="checkbox"/> Upoređuje i pravilno interpretira rezultate dobijene primjenom instrumenata marketing metrike; <input type="checkbox"/> Samostalno sprovodi metričku analizu zasnovanu na empirijskim podacima i interpretira njene rezultate;			
Ime i prezime nastavnika i saradnika	Prof. dr Boban Melović, redovni profesor			
Metod nastave i savladanja gradiva	Predavanja, praktični rad, istraživački rad, studije slučajeva (case study), konsultacije.			
Plan i program rada				
Pripremne nedelje	Priprema i upis semestra			
I nedjelja, pred.	Uloga metrika u savremenom marketing odlučivanju			
I nedjelja, vježbe				
II nedjelja, pred.	Finansijske metrike			
II nedjelja, vježbe				
III nedjelja, pred.	Tržišne metrike			
III nedjelja, vježbe				
IV nedjelja, pred.	Metrike vezane za proizvod – I dio			
IV nedjelja, vježbe				
V nedjelja, pred.	Metrike vezane za proizvod – II dio			
V nedjelja, vježbe				
VI nedjelja, pred.	Metrike vezane za cijenu – I dio			
VI nedjelja, vježbe				
VII nedjelja, pred.	Metrike vezane za cijenu – II dio			
VII nedjelja, vježbe				
VIII nedjelja, pred.	Metrike vezane za prodaju i distribuciju – I dio			
VIII nedjelja, vježbe				
IX nedjelja, pred.	Metrike vezane za prodaju i distribuciju – II dio			
IX nedjelja, vježbe				
X nedjelja, pred.	Metrike vezane za promociju – I dio			
X nedjelja, vježbe				
XI nedjelja, pred.	Metrike vezane za promociju – II dio			
XI nedjelja, vježbe				
XII nedjelja, pred.	Metrike vezane za potrošače – I dio			
XII nedjelja, vježbe				

XIII nedjelja, pred.	Metrike vezane za potrošače – II dio					
XIII nedjelja, vježbe						
XIV nedjelja, pred.	Kolokvijum					
XIV nedjelja, vježbe						
XV nedjelja, pred.	Trendovi u metrikama; Primjeri domaće i svjetske poslovne prakse - case study analiza					
XV nedjelja, vježbe						
Opterećenje studenta	Nedjeljno 6 kredita x 40/30 = 8 sati Struktura: 2 sata i 15 minuta za predavanja 1 sat i 30 minuta za vježbe 4 sata i 15 minuta samostalnog rada studenta, uključujući i konsultacije. U semestru Ukupno opterećenje za predmet 6 x 30 = 180 sati Struktura: Nastava i završni ispit: 8 sati x 16 nedelja= 128 sati. Neophodne pripreme prije početka semestra (administracija, upis, ovjera): 8 sati 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 4 sat(a) teorijskog predavanja 0 sat(a) praktičnog predavanja 0 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	Predavanja, test, seminarski rad, izrada projekta – praktičnog rada, rješavanje poslovnih problema, polaganje zavšnog ispita.					
Konsultacije	U terminu dostupnom na sajtu fakulteta.					
Literatura	Osnovna: <input type="checkbox"/> Grabec Bruno, Meler Marcel, (2010), Metrika marketinga, Ekonomski fakultet u Rijeci. Dodatna: <input type="checkbox"/> Melović, B., Vukčević, M., & Ćirović, D. (2020). Marketing metrics: knowledge and implementation by managers in Montenegro, Faculty of Economics Skopije, St. Cyril and Methodius University in Skoplje. <input type="checkbox"/> Melović, B., Dabić, M., Vukčević, M., Ćirović, D., & Backović, T. (2021). Strategic business decision making: the use and relevance of marketing metrics and knowledge management. Journal of Knowledge Management. <input type="checkbox"/> Farris Paul, Neil Bendle i dr., (2015), Marketing Metrics: The Managers Guide to Measuring Marketing Performance, 3rd Edition, Pearson Education.					
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. Test (50 poena) 2. Seminarski rad (10 poena) 3. Završni ispit – empirijsko istraživanje (40 poena) Ukupno 100 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