

Ekonomski fakultet / Menadžment Podgorica (model studija 3+2) / TRŽIŠNO KOMUNICIRANJE

Naziv predmeta:	TRŽIŠNO KOMUNICIRANJE			
Šifra predmeta	Status predmeta	Semestar	Broj ECTS kredita	Fond časova (P+V+L)
3992	Obavezan	5	6	2+2+0
Studijski programi za koje se organizuje	Menadžment Podgorica (model studija 3+2)			
Uslovljenost drugim predmetima	-			
Ciljevi izučavanja predmeta	Ovladavanje studenata principima, logikom i vještinama komuniciranja kompanije sa tržištem, odnosno nastojanje da se studenti osposobe da na bazi stečenih znanja i vještina primjene marketing koncept u globalnom okruženju			
Ishodi učenja	Ishodi učenja (usklađeni sa ishodima za studijski program): - Da razvijaju konceptualna i strategijska razmišljanja; - Da razumiju globalne tendencije i kretanja i posmatraju širu sliku; - Implementiraju kritične koncepte i znanja iz tržišnog komuniciranja i pravilno sagledaju ulogu koju marketing ima; - Da razumiju elemente miksa marketing komunikacija, sličnosti i razlike među njima i na pravi način znaju da predlože i odaberu različite elemente u skladu sa potrebama i ciljevima kompanije; - Da razumiju značaj oglašavanja putem interneta, specifičnosti i tendencije u budućem periodu; - Da razumiju i u praksi primjenjuju koncept tržišne orijentacije cijele kompanije, kojoj je zadovoljstvo potrošača na prvom mjestu;			
Ime i prezime nastavnika i saradnika	Doc. dr Mirjana Kuljak Mr Nikola Mišnić			
Metod nastave i savladanja gradiva				
Plan i program rada				
Pripremne nedjelje	Priprema i upis semestra			
I nedjelja, pred.	Uvod u tržišno komuniciranje (defnisanje, konceptijske specifičnosti, tržišne specifičnosti)			
I nedjelja, vježbe				
II nedjelja, pred.	Definicija marketinga u XXI vijeku			
II nedjelja, vježbe				
III nedjelja, pred.	Identifikacija tržišnih segmenata i targetiranje			
III nedjelja, vježbe				
IV nedjelja, pred.	Oblikovanje i upravljanje integrisanim marketinškim komunikacijama			
IV nedjelja, vježbe				
V nedjelja, pred.	Upravljanje masovnim komunikacijama: Propaganda			
V nedjelja, vježbe				
VI nedjelja, pred.	Upravljanje masovnim komunikacijama: Unapređenje prodaje			
VI nedjelja, vježbe				
VII nedjelja, pred.	Upravljanje masovnim komunikacijama: Događaji			
VII nedjelja, vježbe				
VIII nedjelja, pred.	Upravljanje masovnim komunikacijama: Odnosi sa javnošću - PR			
VIII nedjelja, vježbe				
IX nedjelja, pred.	Upravljanje ličnim komunikacijama: direktni marketing			
IX nedjelja, vježbe				
X nedjelja, pred.	Upravljanje ličnim komunikacijama: lična prodaja			
X nedjelja, vježbe				
XI nedjelja, pred.	Kolokvijum			
XI nedjelja, vježbe				
XII nedjelja, pred.	Internet i interaktivni marketing			
XII nedjelja, vježbe				

XIII nedjelja, pred.	Popravni kolokvijum					
XIII nedjelja, vježbe						
XIV nedjelja, pred.	Izrada i prezentacije grupnih radova					
XIV nedjelja, vježbe						
XV nedjelja, pred.	Izrada i prezentacije grupnih radova					
XV nedjelja, vježbe						
Opterećenje studenta	Nedjeljno 6 kredita x 40/30 = 8 sati Struktura: 1 sat i 30 minuta za predavanja 1 sat i 30 minuta za vježbe 5 sati samostalnog rada studenta, uključujući i konsultacije.					
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 obavezni da redovno prate predviđene nastavne aktivnosti. Studenti kroz planirani kolokvijum i grupni rad stiču i proveravaju stepen stečenog znanja i sposobnosti da ga primjene, a na osnovu čega će kroz broj osvojenih poena biti izvedena konačna ocjena.			
Konsultacije						
Literatura			Kotler Philip, Keller Lane Kevin, Marketing menadžment, 15. izdanje, Beograd, Data status, 2017. (poglavlja: 1, 6, 7, 8, 17, 18 i 19)			
Oblici provjere znanja i ocjenjivanje			- Kolokvijum; pisana forma testa - 30 bodova; - Aktivnosti na časovima - 10 bodova; - Grupni rad - 20 bodova - Završni ispit; pisana forma - 40 bodova;			
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