

Ekonomski fakultet / Menadžment Bijelo Polje (model studija 3+2) / MARKETING USLUGA

Naziv predmeta:	MARKETING USLUGA			
Šifra predmeta	Status predmeta	Semestar	Broj ECTS kredita	Fond časova (P+V+L)
74	Obavezan	6	6	2+2+0
Studijski programi za koje se organizuje	Menadžment Bijelo Polje (model studija 3+2)			
Uslovljenost drugim predmetima	Nema uslovljenosti.			
Ciljevi izučavanja predmeta	Lajtmotiv izvodjenja nastave iz predmeta Marketing usluga je da studenti steknu dublja i korisna znanja o upravljanju marketingom u uslužnim preduzećima.			
Ishodi učenja	Nakon što student položi ovaj ispit, biće u mogućnosti da: Opiše faze procesa upravljanja marketingom u uslužnim preduzećima; Protumači pojam usluge, navede osnovna obilježja usluga i grupe usluge; Prepozna ekonomski značaj usluga(uslužnog sektora); Razlikuje pozicioniranje uslužnog preduzeća i tržišno targetiranje; Suprotstavi uslužni marketing miks standardnom marketing miksu; Poveže programsko-planske elemente uslužnog marketing miksa i implementacione aspekte uslužnog preduzeća; Procijeni korisničke percepcije kvaliteta usluge i utvrdi profitnu efikasnost uslužnog preduzeća.			
Ime i prezime nastavnika i saradnika	Prof. dr Ljubinko Dedović, mr Nemanja Popović - saradnik			
Metod nastave i savladanja gradiva	Predavanja i vježbe. studenti će imati priliku da prezentiraju svoja razmišljanja o različitim teorijskim i praktičnim problemima iz domena marketinga usluga, kroz seminarske radove, eseje, studije slučaja ili na neki drugi način.			
Plan i program rada				
Pripremne nedjelje	Priprema i upis semestra			
I nedjelja, pred.	Pojam usluge. Obilježja usluga. Klasifikacija usluga.			
I nedjelja, vježbe	Pojam usluge. Obilježja usluga. Klasifikacija usluga.			
II nedjelja, pred.	Marketing usluga – neke teorijske implikacije. Ekonomski značaj usluga. Karakteristike tržišta usluga. Pregled važnijih obilježja ponude usluga. Tražnja na tržištu usluga.			
II nedjelja, vježbe	Marketing usluga – neke teorijske implikacije. Ekonomski značaj usluga. Karakteristike tržišta usluga. Pregled važnijih obilježja ponude usluga. Tražnja na tržištu usluga.			
III nedjelja, pred.	Standardni faktori tražnje na tržištu usluga. Savremene ambijentalne determinante tražnje usluga.			
III nedjelja, vježbe	Standardni faktori tražnje na tržištu usluga. Savremene ambijentalne determinante tražnje usluga.			
IV nedjelja, pred.	Pravci prilagođavanja procesa upravljanja marketingom promjenama okruženja.			
IV nedjelja, vježbe	Pravci prilagođavanja procesa upravljanja marketingom promjenama okruženja.			
V nedjelja, pred.	Okvir procesa upravljanja marketingom uslužnog preduzeća. Istraživanje i segmentacija uslužnog tržišta, pozicioniranje uslužnog preduzeća i tržišno targetiranje (Istraživanje tržišta i marketing informacioni sistem uslužnog preduzeća).			
V nedjelja, vježbe	Okvir procesa upravljanja marketingom uslužnog preduzeća. Istraživanje i segmentacija uslužnog tržišta, pozicioniranje uslužnog preduzeća i tržišno targetiranje (Istraživanje tržišta i marketing informacioni sistem uslužnog preduzeća).			
VI nedjelja, pred.	Istraživanje i segmentacija uslužnog tržišta, pozicioniranje uslužnog preduzeća i tržišno targetiranje (Segmentacija tržišta usluga. Pozicioniranje uslužnog preduzeća i tržišno targetiranje). Planiranje marketinga uslužnog preduzeća (Faze planiranja. Definisanje programsko-planskih elemenata uslužnog marketing miksa. Koncept usluge).			
VI nedjelja, vježbe	Istraživanje i segmentacija uslužnog tržišta, pozicioniranje uslužnog preduzeća i tržišno targetiranje (Segmentacija tržišta usluga. Pozicioniranje uslužnog preduzeća i tržišno targetiranje). Planiranje marketinga uslužnog preduzeća (Faze planiranja. Definisanje programsko-planskih elemenata uslužnog marketing miksa. Koncept usluge).			
VII nedjelja, pred.	Planiranje marketinga uslužnog preduzeća (Kvalitet usluge. Marka usluge).			
VII nedjelja, vježbe	Planiranje marketinga uslužnog preduzeća (Kvalitet usluge. Marka usluge).			
VIII nedjelja, pred.	Planiranje marketinga uslužnog preduzeća (Razvoj usluge. Cijena usluge. Distribucija usluge).			
VIII nedjelja, vježbe	KOLOKVIJUM			
IX nedjelja, pred.	Planiranje marketinga uslužnog preduzeća (Promocija usluge). Implementacioni aspekti upravljanja			

	marketingom uslužnog preduzeća (Okvir marketing implementacije u uslužnom preduzeću).					
IX nedjelja, vježbe	Planiranje marketinga uslužnog preduzeća (Promocija usluge). Implementacioni aspekti upravljanja marketingom uslužnog preduzeća (Okvir marketing implementacije u uslužnom preduzeću).					
X nedjelja, pred.	Implementacioni aspekti upravljanja marketingom uslužnog preduzeća (Upravljanje uslužnim procesom. Fizičko okruženje kao implementaciono područje).					
X nedjelja, vježbe	Implementacioni aspekti upravljanja marketingom uslužnog preduzeća (Upravljanje uslužnim procesom. Fizičko okruženje kao implementaciono područje).					
XI nedjelja, pred.	Implementacioni aspekti upravljanja marketingom uslužnog preduzeća (Upravljanje ljudskim faktorom u sistemu servukcije).					
XI nedjelja, vježbe	Implementacioni aspekti upravljanja marketingom uslužnog preduzeća (Upravljanje ljudskim faktorom u sistemu servukcije).					
XII nedjelja, pred.	Kontrola marketinga uslužnog preduzeća (Osnovni okvir kontrole marketinga. Kontrola uslužne ponude).					
XII nedjelja, vježbe	Kontrola marketinga uslužnog preduzeća (Osnovni okvir kontrole marketinga. Kontrola uslužne ponude).					
XIII nedjelja, pred.	Kontrola marketinga uslužnog preduzeća (Analiza korisničke percepcije kvaliteta usluge. Profitna efikasnost uslužnog preduzeća).					
XIII nedjelja, vježbe	Kontrola marketinga uslužnog preduzeća (Analiza korisničke percepcije kvaliteta usluge. Profitna efikasnost uslužnog preduzeća).					
XIV nedjelja, pred.	OBNAVLJANJE GRADIVA					
XIV nedjelja, vježbe	OBNAVLJANJE GRADIVA					
XV nedjelja, pred.	POPRAVNI KOLOKVIJUM					
XV nedjelja, vježbe	POPRAVNI KOLOKVIJUM					
Opterećenje studenta	2+2					
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	Podrazumijeva se aktivno učešće studenata na časovima.					
Konsultacije	U zvaničnom terminu.					
Literatura	1. Kancir, R., Marketing usluga, BPŠ, Beograd, 2007. 2. Kancir, R., Đurica, M., Marketing uslužnih organizacija, BPŠ, Beograd, 2014. 3. Veljković, S., Marketing usluga, Ekonomski fakultet, Beograd, 2009. 4. Zeithaml, A.W., Bitner, M., Grenoler, D.D., Services Marketing, Mc Graw Hill, 2006.					
Oblici provjere znanja i ocjenjivanje	Svi oblici aktivnosti studenata vrednuju se posebno. - Kolokvijum.....40 poena; - Esej, seminarski rad ili studija slučaja ili prezentacija.....10 poena -Učešće u razgovorima o određenim temama.....10 poena - Završni ispit.....40 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