

Pomorski fakultet Kotor / Menadžment u pomorstvu i logistika (2017) / MARKETING U POMORSTVU

Naziv predmeta:	MARKETING U POMORSTVU			
Šifra predmeta	Status predmeta	Semestar	Broj ECTS kredita	Fond časova (P+V+L)
1555	Obavezan	4	6	3+1+0
Studijski programi za koje se organizuje	Menadžment u pomorstvu i logistika (2017)			
Uslovljenost drugim predmetima	Nema uslova za prijavljivanje i slušanje predmeta.			
Ciljevi izučavanja predmeta	Cilj izučavanja ovog predmeta je da studente upozna sa osnovama marketing menadžmenta, načinima dolaženja do marketing saznanja, povezivanja sa kupcima, građenja jakih brendova, oblikovanja tržišnih ponuda, isporučivanja vrijednosti, komuniciranja vrijednosti i kreiranja uspješnog dugoročnog rasta preduzeća u pomorstvu.			
Ishodi učenja	Ishodi učenja: 1. Razlikovati faze u razvoju marketinga u pomorstvu. 2. Identifikovati organizacione forme pomorskog tržišta. 3. Opisati proces istraživanja pomorskog tržišta i marketing informacioni sistem. 4. Definirati marketing politiku, marketing strategiju i proces upravljanja marketingom brodarskih preduzeća i morskih luka. 5. Analizirati proizvod, cijenu, kanale marketinga, integrisane marketinške komunikacije kao instrumente marketinga u pomorstvu.			
Ime i prezime nastavnika i saradnika	Doc. dr Senka Šekularac Ivošević, mr Dragana Milošević			
Metod nastave i savladanja gradiva	Predavanja i vježbe. Učenje i izrada seminarskih radova. Konsultacije.			
Plan i program rada				
Pripremne nedjelje	Priprema i upis semestra			
I nedjelja, pred.	Razumijevanje marketing menadžmenta. Fundamenti marketing koncepcija, trendovi i zadaci. Uloga i značaj marketinga u pomorskom saobraćaju. Marketing koncepcija u pomorstvu.			
I nedjelja, vježbe				
II nedjelja, pred.	Brodarska politika na pomorskom tržištu. Funkcionisanje tržišta brodskog prostora. Organizacione forme pomorskog tržišta.			
II nedjelja, vježbe				
III nedjelja, pred.	Komponente modernog marketing informacionog sistema. Upravljanje procesom marketing istraživanja.			
III nedjelja, vježbe				
IV nedjelja, pred.	Područja i metode marketing istraživanja u pomorstvu.			
IV nedjelja, vježbe				
V nedjelja, pred.	Kreiranje vrijednosti za potrošače, satisfakcija i lojalnost. Razvoj CRM-a (Customer Relationship Management) u morskim lukama i brodarskim preduzećima.			
V nedjelja, vježbe				
VI nedjelja, pred.	Strategije marketinga u pomorstvu. I kolokvijum.			
VI nedjelja, vježbe				
VII nedjelja, pred.	Strategije segmentacije i targetiranja tržišta. Popravni kolokvijum I.			
VII nedjelja, vježbe				
VIII nedjelja, pred.	Strategija izgradnje brenda.			
VIII nedjelja, vježbe				
IX nedjelja, pred.	Strategija pozicioniranja brenda .			
IX nedjelja, vježbe				
X nedjelja, pred.	Benčmarketing kao metoda u pozicioniranju morskih luka i brodarskih preduzeća.			
X nedjelja, vježbe				
XI nedjelja, pred.	Oblikovanje ponude, strategija proizvoda na pomorskom tržištu (dizajniranje i isporuka usluga u pomorstvu).			

XI nedjelja, vježbe						
XII nedjelja, pred.	Razvoj cjenovnih strategija i programa (tarife i tarifna politika u brodarskom i lučkom poslovanju). II kolokvijum.					
XII nedjelja, vježbe						
XIII nedjelja, pred.	Dizajniranje i upravljanje kanalima marketinga i mrežama u pomorstvu (pomorske agencije, logističke mreže isporuke vrijednosti, horizontalne i vertikalne integracije u pomorstvu, E-marketing u pomorstvu).					
XIII nedjelja, vježbe						
XIV nedjelja, pred.	Upravljanje sistemom integrisanih marketing komunikacija (instrumenti marketing komunikacionog miksa u brodarskom i lučkom poslovanju).					
XIV nedjelja, vježbe	Popravni kolokvijum					
XV nedjelja, pred.	Trendovi u savremenoj marketing praksi (interni marketing, socijalno odgovorni marketing, itd). Popravni kolokvijum II.					
XV nedjelja, vježbe						
Opterećenje studenta	Nedjeljno - 8 kredita x40/30=10 sati i 40 minuta Struktura: 3 sata predavanja 1 sat vježbi 6 sati i 40 minuta samostalnog rada. U semestru - Nastava i završni ispit: (8 sati) x 16 = 128 sati. Neophodna priprema prije početka semestra (administracija, upis, ovjera): 2 x (8 sati) = 16 sati. 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 - 30 sati. Struktura opterećenja: 128 sati (nastava) + 16 sati (priprema) + 30 sati (dopunski rad).					
Nedjeljno	U toku semestra					
6 kredita x 40/30=8 sati i 0 minuta 3 sat(a) teorijskog predavanja 0 sat(a) praktičnog predavanja 1 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 pohađaju nastavu, odrade seminarski rad i rade dva kolokvijuma.					
Konsultacije	Utorkom, 12:00-14:00h					
Literatura	1. Panayides, Ph. 2001. Professional Ship Management: Marketing and Strategy. Ashgate Pub. Ltd., ISBN-10: 0754614891, ISBN-13: 978-0754614890. 2. Plomaritou, E. 2008. Marketing of Shipping Companies: A Tool for Improvement of Chartering Policy. Stamoulis Publications S.A. ISBN-10: 9603517305, ISBN-13: 978-9603517306. 3. Branch, A. 1998. Maritime Economics: Management and Marketing 3rd Edition. Routledge; 3 edition, ISBN-10: 0748739866, ISBN-13: 978-0748739868. 4. Kotler, Ph, Keller, K. (2006). Marketing menadžment, 12 izdanje, Data Status, Beograd. ISBN - 9788674780138. 5. Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2017). Marketing 4.0: Moving from traditional to digital, Hoboken, New Jersey : Wiley. 6. Kotler, Philip, and Kevin Lane Keller. (2016) Marketing Management. 15 [edition]. Boston: Pearson. ISBN 10: 1-292-09262-9					
Oblici provjere znanja i ocjenjivanje	1. I kolokvijum, od 0 do 25 poena; 2. II kolokvijum, od 0 do 25 poena; 3. Prisutnost predavanjima i vježbama do 5 poena; 4. Tačno urađeni seminarski rad do 10 poena; 5. Završni ispit, od 0 do 35 poena; Prelazna ocjena se dobija ako se kumulativno sakupi najmanje 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