

	Naziv predmeta:	DIZAJN I MARKETING		
Šifra predmeta	Status predmeta	Semestar	Broj ECTS kredita	Fond časova
-	Izborni	5	3	2P+1V

Studijski programi za koje se organizuje: SP Grafički Dizajn Osnovne akademske studije Fakulteta likovnih umjetnosti Cetinje (studije traju 6 semestara, 180 ECTS kredita).
Uslovljenost drugim predmetima: Nema uslovljenosti.
Ciljevi izučavanja predmeta: Da se studenti upoznaju sa osnovnim postavkama teorije i prakse marketinga i savremenog tržišnog načina privređivanja. Da prepoznaju značaj relacija marketinga i dizajna, i obratno.
Ishodi učenja: - Razumiju suštinu marketinga kao poslovne logike, odnosno filozofije, posebno sa aspekta značaja i uloge potrošača/konzumenta kao polazne i završne tačke marketinga. - Razumiju dizajn njegovu ulogu u marketing i komunikacionim strategijama i bitne komponente za ostvarenje konkurentne prednosti u očima potrošača (specifičnostiveza i odnos marketinga i dizajna) - Primjenjuju metode istraživanja kao putokaz za primjenu i kontrolu marketing i komunikacionih strategija i dizajna kao njihove značajne komponente. - Analiziraju adekvatnu primjenu marketing metoda u odnosu na određeni dizajn proizvod.
Ime i prezime nastavnika i saradnika: prof. dr Milorad Jovović (EF UCG), mr Dejan Draško i vć - saradnik
Metod nastave i savladanja gradiva: Predavanja, vježbe, studije slučaja, seminarski rad, domaći rad.

Plan i program rada:	
nedjelja	
I	Upoznavanje sa nastavnim sadržajem i pravilima polaganja ispita
II	Razumijevanje marketinga (nastanak, logika i principi) i uloge dizajna u organizacijama
III	Razumijevanje potrošača
IV	Marketing istraživanja/ Osluškiivanje tržišta
V	Ponudavijednosti i pružanje vrhunskog iskustva/zadovoljstva – osnovkonkurentnosti
VI	Integralne marketing komunikacije
VII	Brend (izgradnja, razvoj, pozicioniranje, lojalnost)
VIII	Prezentacija i analizazadatka – Domaći rad
IX	Dizajn u funkcijimrketinga, marketing u funkcijidizajna
X	Dizajn kao duša savremenog preduzeća
XII	Istraživanje potrošača u funkcijidizajna
XII	Dizajn u funkcijistvaranja iskustva koje se pamti
XIII	Dizajn u funkcijibrenda
XIV	Dizajn kao element organizacione kulture preduzeća
XV	Završni ispit sa prezentacijom domaćeg rada

Opterećenje studenata:	
Nedjeljno 3 kredita x 40/30 = <u>4 sata</u> Struktura: Predavanja: 2 časa Vježbe: 1 čas Samostalan rad uključujući i konsultacije: 1 sat i 45 min	U toku semestra Nastava i završni ispit: 4 sata x 16 = 64 sata Neophodne pripreme prije početka semestra (administracija, upis, ovjera) 2 x (4 satq) = 8 sati Ukupno opterećenje za predmet 3x30 = 90 sati Dopunski rad za pripremu ispita u popravnom ispitnom roku, uključujući i polaganje popravnog ispita <u>od 0 do 18 sati</u> (preostalo vrijeme od prve dvije stavke do ukupnog opterećenja za predmeti) Struktura opterećenja: 90 sati (Nastava)+ 8 sati (Priprema) + 18 sati (Dopunski rad)

Obaveze studenata: Obavezastudenta je da tokomsemestra, krozrazličitukombinacijuaktivnosti, prikupi minimum 50 poenakako bi položioispit.
Konsultacije:
Literatura: Kotler, Philip, Keller Kevin Lane, <i>Marketing menadžment</i> – 12. izdanje, Data status, Beograd, 2006; Čičić M., Husić M., Kukić S., <i>Ponašanje potrošača</i> , Ekonomskifakultet, Sveučilište u Mostaru, 2009; Tom Peters: Design, DK London 2005
Oblici provjere znanja i ocjenjivanje: Aktivnostnačas: 20 poena Domaći rad: 20 poena Seminarski rad: 10 poena Pismeniispit: 20 poena Završniispit: 30 poena <i>Prelazna ocjena se dobija ako se sakupi 50 poena.</i>
Ocjene: A (90-100); B (80-90); C (70-80); D (60-70); E (50-60)
Ime i prezime nastavnika koji je pripremio podatke: prof. dr Milorad Jovović,prof. mr Ana Matić
Dodatne informacije o predmetu: Seminarski rad povezan sa uže stručnim dizajnerskim predmetima.