**PLAN RADA I PRAVILA ZA POLAGANJE ISPITA IZ PREDMETA**

**MARKETING**

**U STUDIJSKOJ 2018/2019 GODINI**

*Fond časova*: **4P+2V (60+30)**

Broj ECTS kredita: **7**

Predmetni nastavnik:**Prof. dr BOŽO MIHAILOVIĆ**, redovni profesor

Kabinet broj 206/ II sprat

Asistent: **Mr** **Vladimir Đurišić**

Kabinet broj 408/ IV sprat

**TERMINSKI PLAN IZVOĐENJA NASTAVE**

**PREDAVANJA**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Redni broj** | **Naziv metodske jedinice** | **Vrijeme** |
|  | Razumijevanje filozofije marketinga | 24/09- 28/09/18 |
|  | Savremene promjene u marketingu | 01/10-05/10/18 |
|  | Tržište i marketing koncepcija | 01/10-05/10/18 |
|  | Marketing okolina | 08/10-12/10/18 |
|  | Marketing informacioni sistem | 08/10-12/10/18 |
|  | Marketing istraživanja | 15/10-19/10/18 |
|  | Identifikacija i realizacija marketing potencijala | 15/10-19/10/18 |
|  | Ponašanje i razumijevanje potrošača | 22/10-26/10/18 |
|  9. | Analiza tržišta i predviđanje tražnje i prodaje | 29/10-02/11/18 |
|  10. | **I KOLOKVIJUM** |  **06 /11/18** |
|  11. | Instrumenti Marketinga | 05/11-09/11/18 |
|  12. | Proizvod kao instrument marketing mix-a | 12/11-16/11/18 |
|  13. | Novi Proizvod | 12/11-16/11/18 |
|  14. | Cijena kao instrument marketinga | 19/11-23/11/18 |
|  15. | Kanali marketinga | 26/11-30/11/18 |
|  16. | Promocija | 03/12-07/12/18 |
|  17. | Marketing planiranje | 03/12-07/12/18 |
|  18. | Organizovanje marketing aktivnosti  | 10/12-14/12/18 |
|  19. | Marketing kontrola | 10/12-14/12/18 |
|  21. | Tržišni aspekti nabavke | 17/12-21/12/18 |
|  22. | Međunarodni (globalni) marketing | 17/12-21/12/18 |
|  23. | **Popravni kolokvijumi** |  **Decembar** |
|  24. | **ZAVRŠNI ISPIT** | **Januar** |
|  25. | **POPRAVNI ZAVRŠNI ISPIT** | **Januar** |

**VJEŽBE**

**I SADRŽAJ VJEŽBI**

1.Vježbe su auditorno-stručnog karaktera sa ciljem da se pojasne izlaganja na predavanjima i dodatno razjasne problemi koji studente interesuju;

2. Na vježbama će se dopunski objašnjavati pojedine metodske oblasti;

3. Na vježbama će se analizirati pojedine studije slučajeva (case study);

4. Izlagaće se Seminarski radovi u dogovoru sa asistentom, čiji će se spisak blagovremeno dostaviti studentima;

5. Aktivnosti koje student pokaže na vježbama vrednovaće se pri konačnom ispitu**.**

 **II SEMINARSKI RADOVI**

1. Student može da radi seminarski rad, koji se dogovara sa asistentom;

2.Seminarski rad se predaje u pisanoj i elektronskoj formi i odnosi se prevashodno na neki primjer – konkretan slučaj (preduzeće);

3. Seminarski rad se brani javno pred kolegama, u dogovoru sa asistentom;

4. Uspješno urađen i odbranjen seminarski rad vrednovaće se do **7poena**;

5. Asistent će studentima detaljno prezentovati način izrade seminarskog rada.

6. Asistent određuje termin za predaju i izlaganje seminarskih radova.

***Napomena***: Asistent će blagovremeno pripremiti spisak tema za seminarske radove.

**LITERATURA:**

**Osnovna**: Prof. dr Božo Mihailović: **MARKETING – treće izdanje**, CPI, Podgorica, 2013.

**Alternativna:** Bilo koji udžebnik iz Marketinga sa poznatog evropskog univerziteta, univerziteta u SAD-u. Ako se student odlučio da sprema ispit po ovoj literaturi, donosi na uvid udžbenik i biće po njemu ispitan!

**ISPIT**

**Ispit se polaže po principu “Modela kontinuiteta”.** Ovaj model pretpostavlja da student kontinuirano prati nastavu i aktivno učestvuje u njoj. Student polaže **jedan kolokvijum** i **završni ispit**. Pravo polaganja imaju studenti koji su prijavili da slušaju predmet Marketing u 2018/2019. godini, prema evidenciji Studentske službe.

**Test se sastoji od 20pitanja, uključujući zadatke i stavove studenta o pojedinim slučajevima (praktične primjere).**

**Kolokvijum obuhvata nastavnu materiju iz osnovnog udžbenika koji se odnosi na prvih devet glava*.* Zakazani termin za polaganje prvog kolokvijuma je 06/11/2018. godine.**

**Završni ispit obuhvata nastavnu materiju predviđenu za kolokvijum kao i gradivo izloženo od poglavlja X do kraja udžbenika. Završni ispit će biti organizovan u januaru. Studenti koji budu kandidati za ocjenu A i B, završni ispit polažu usmeno. Studenti koji budu kandidati za niže ocjene završni ispit polažu pismeno.**

**Konačna ocjena se formira na sljedeći način:**

* **KOLOKVIJUM do 35 poena**
* **SEMINARSKI RAD do 7poena**
* **AKTIVNOST I PRISUSTVO NA ČASU do 8 POENA**
* **ZAVRŠNI DIO ISPITA do 50 POENA**

Konačna ocjena formira se na osnovu ocjene sa kolokvijuma, završnog ispita i dodatnih aktivnosti koje je student tokom semestra ostvario.

**SMJER MARKETING**

Studenti koji polože ispit sa ocjenom **A (odličan)**i **B (vrlo dobar)** mogu se upisati na smjer bez obzira na broj prijavljenih kandidata.

**DIPLOMSKI ISPIT**

Studenti koji polože ispit iz Marketinga sa ocjenom **C (dobar)** i više automatski stiču pravo na diplomski rad iz oblasti Marketinga, bez obzira na broj odobrenih tema.

**OSTALE INFORMACIJE**

Student koji nije zadovoijan saopštenom pozitivnom ocjenom na završnom ispitu može zatražiti dodatna pitanja. Svaki student koji zatraži dodatna pitanja **stiče pravo na veću ocjenu za 0,51**! Slijedećih 0,49 dobiće na osnovu pokazanog odgovora.

**KONTAKT**

Konsultacije i prijem studenata obavljaju se nakon časova predavanja i vježbi!

**Kontakt putem broja telefona 020/241-138; 078-106 -233**

E-mail:

**Prof. dr BOŽO MIHAILOVIĆ** bozom@ucg.ac.me

**Mr Vladimir Đurišić** vladodjurisic@yahoo.com

*Razrada modela*: **Prof. dr Božo Mihailović**

 **Mr Vladimir Đurišić**