

STRATEGIJSKI MARKETING

Osnovne informacije o predmetu u studijskoj 2019/20. godini

Predmetni nastavnik

Prof. dr Boban Melović
Kontakt: bobanm@ucg.ac.me

Predmetni saradnik

mr Vladimir Đurišić
Kontakt: vladimirdj@ucg.ac.me

Namjena i cilj predmeta

Osnovni cilj predmeta je da obrazuje studente da u uslovima savremene tržišne privrede efektivno, efikasno i na fer način ostvaruju misiju, ciljeve i strategije preduzeća. Otuda, pored teorijskih objašnjenja koncepta strategijskog marketing menadžmenta, disciplina obuhvata problematiku analize poslovne tržišne strategije, te kreiranje optimalnih strategijskih odgovora za održivi razvoj preduzeća, odnosno obezbjeđenje konkurentske prednosti u očima potrošača. Krajnji cilj je ovladavanje studenata principima, logikom i vještinama strategijskog marketinga, odnosno nastojanje da se studenti osposobe da, na bazi stečenih znanja i vještina, primijene u organizacijama dugoročno održivu orijentaciju ka potrošačima.

Ključne riječi: strategija, potrošači, konkurencija, tržišno pozicioniranje, segmentacija tržišta, marketing mix, kritični faktor uspjeha...

Literatura

Osnovna:

- Melović, B., Pavičić, J., Gnjidić, V., Drašković N., **Strategijski marketing**, Ekonomski fakultet Podgorica, Ekonomski fakultet Zagreb, 2019.

Dopunska:

- Milisavljević Momčilo, **Strategijski marketing**, Ekonomski fakultet, Beograd, 2010.
- Cravens David, Piercy Nigel, **Strategic marketing**, ninth edition, McGraw-Hill, 2015
- Renko Nataša, **Strategije marketinga**, Sveučilište u Zagrebu, Zagreb, 2005
- Aaker A. David, **Strategic marketing management**, John Wiley & Sons, Inc., 2008
- Kotler Philip, Keller Kevin Lane, **Marketing Management**, Pearson, 2015.
- Materijal sa časova predavanja

Metode ocjenjivanja

Pravila ocjenjivanja na predmetu su usaglašena sa **Pravilima studiranja na osnovnim studijama**, propisanim od strane Univerziteta Crne Gore (opširnije vidjeti na www.ucg.ac.me).

Struktura ocjene formira se na bazi sljedećih elemenata:

1. Kolokvijum (30 poena)
2. Seminarski rad sa prezentacijom (8 poena)
3. Aktivnost na času (5 poena)
4. Eseji koji se rade na času (5 X 2 = 10 poena)
5. Personalni marketing plan (5 poena)
6. Praktični rad (12 poena)
7. Završni (usmeni) dio ispita (30 poena)

Ukupno 100 poena

- **Kolokvijum**

- ✓ U toku semestra održaće se **jedan kolokvijum**. Kolokvijum obuhvata materiju koja se odnosi na **objašnjenje ključnih kategorija strategijskog marketinga**, a koja će biti obrađena na časovima predavanja i vježbi. Datum polaganja kolokvijuma **18.03.2020. godine**.
- ✓ Na **kolokvijumu** studenti mogu osvojiti maksimalno **do 30 poena**.

- **Seminarski rad**

- ✓ Seminarski rad se radi **samostalno**.
- ✓ Seminarski rad je **predispitna aktivnost**. Temu za seminarski rad biraju studenti na bazi konsultacija sa saradnikom.
- ✓ Seminarski rad se odnosi na **obradu ponuđenog materijala iz osnovnog udžbenika**, u dogovoru sa predmetnim saradnikom.
- ✓ Prezentaciju seminarskog rada treba **poslati najmanje tri dana prije termina izlaganja** na *e-mail* adresu profesora/saradnika.
- ✓ Studenti pripremaju **prezentaciju** seminarskog rada **u trajanju do 30 minuta**.
- ✓ **Termine izlaganja** utvrđuje predmetni saradnik i o tome **blagovremeno obavještava studente**.
- ✓ Na kraju prezentacije **studenti, uz saglasnost saradnika, kandiduju 10-15 pitanja**, koja smatraju **ključnim iz teme koju su obrađivali**. **Neka od tih pitanja biće zastupljena na ispitu**.
- ✓ Za **uspješno odbranjen seminarski rad** studenti mogu dobiti do **8 poena**.

- **Kontinuirano ocjenjivanje - angažovanje na časovima predavanja**

- ✓ U toku semestra studenti će imati kontinuirano ocjenjivanje aktivnosti kroz **praktične vježbe, debate, diskusije sl.**
- ✓ Za **aktivnosti** u toku semestra studenti **moгу da dobiju do 5 poena**.

- **Eseji**

- ✓ U toku semestra studenti će imati **pet puta nenajavljen esej**, koji se odnosi na **kraće viđenje određenog problema, uz sopstvenu argumentaciju**.
- ✓ Esej se vrednuje do **2 poena**. Kroz eseje studenti mogu osvojiti do **10 poena**.
- ✓ Eseji se rade **isključivo na času**.
- ✓ Eseji se **ne mogu raditi naknadno niti slati elektronski**.

- **Personalni marketing plan**

- ✓ Studentima će na času predavanja biti izložen **model izrade personalnog marketing plana**, koji sve više dobija na značaju prilikom tržišnog pozicioniranja svakog pojedinca (npr. prilikom konkursa za posao, pregovaranja na sastancima, napredovanja u kompaniji i sl.). Studenti treba da, na bazi izloženog modela, **izrade personalni marketing plan**. Rad treba uraditi na **maksimum do 3 kucane strane, prema metodologiji koja će studentima biti objašnjena na času predavanja**.
- ✓ Personalni marketing planovi se **predaju najkasnije do 01.04.2020.** godine.
- ✓ Personalni marketing planovi se vrednuju **do 5 poena**.

- **Praktični rad**

- ✓ Praktični rad se odnosi na konkretan proizvod/uslugu nekog preduzeća. Za odabrani proizvod (asortiman proizvoda nekog preduzeća) studenti treba da **kreiraju strategiju marketing miksa**.
- ✓ Praktični rad se radi u **grupi od 2 studenta**. Studentima će na času predavanja biti izložen **model izrade praktičnog rada**.
- ✓ Praktični radovi se **predaju najkasnije do 15.04.2020.** godine.
- ✓ Praktični rad se vrednuje **do 15 poena**.

• **Završni (usmeni) dio ispita**

- ✓ Za završni (usmeni) dio ispita **studenti pripremaju »mini pojmovnik«.**
- ✓ **»Mini pojmovnik«** obuhvata **objašnjenje 100 pojmova (kategorija) iz cjelokupnog gradiva**, po slobodnom izboru studenta.
- ✓ Student izrađuje »mini pojmovnik« **na bazi pitanja koja su kandidovana u toku semestra**, kroz odbranu seminarских radova.
- ✓ Studenti **predaju »mini pojmovnik«** u štampanoj i elektronskoj formi **naikasnije do 06.05.2020. godine.**
- ✓ Završni usmeni dio ispita sastoji se u **razgovoru nastavnika i studenta o pripremljenim pojmovima (kategorijama), na način da se sagleda koliko je student ovladao cjelokupnim gradivom.**
- ✓ **Na završnom dijelu ispita student može osvojiti do 30 poena.**

• **Konačna ocjena**

- ✓ **Studenti tokom semestra** (uključujući dva kolokvijuma, seminarски rad, eseje, personalni marketing plan i prisustvo na časovima) mogu da osvoje **najviše do 70 poena + 30 poena na završnom (usmenom) dijelu ispita.**
- ✓ **Da bi položio ispit student treba da prikupi minimum 50 poena, kroz ponuđene aktivnosti.**
- ✓ Ostvareni poeni na kolokvijumima i na osnovu angažovanja na časovima računaju se u tekućoj školskoj 2019/20. godini.
- ✓

Skala (tabela) ocjenjivanja

Ocjena	Značenje ocjene	Ukupan broj poena
A	Odličan	90-100
B	Vrlo dobar	80-89
C	Dobar	70-79
D	Zadovoljava	60-69
E	Dovoljan	50-59
F	Nije položio	Do 49