

MARKETING MENADŽMENT MALOG BIZNISA - Uputstvo za izradu seminarskog rada –

Izrada seminarskog rada podrazumijeva analizu tržišne pozicije, ciljnog tržišta i marketing miksa odabranog preduzeća iz Crne Gore, koje pripada kategoriji MSP (mikro, malih i srednjih preduzeća).

- Seminarski rad studenti mogu raditi u paru (grupa od dva člana).
- Studenti koji žele da učestvuju u izradi seminarskog rada dužni su da se **prijave**. Prijava se vrši na način što će jedan član grupe dostaviti podatke (ime, prezime i brojeve indeksa za oba člana grupe) predstavniku godine za predmet MMB, **najkasnije do utorka, 28.02.2023. do 16:00h**.
- Seminarski rad treba da bude pisan fontom *Times New Roman 12* ili *Arial 11*, uz jedinični prored teksta, margine 2,5 cm i poravnanje teksta *justify*.
- **Rad treba da sadrži sledeće elemente:**
 - **Opšte informacije o preduzeću;**
 - **Analizu tržišta na kojem preduzeće nastupa** (uključujući i osvrt na trendove koji preovladavaju na datom tržištu, ključne faktore uspjeha biznisa na datom tržištu i ostale relevantne informacije);
 - **Analizu ciljnih segmenata koje preduzeće opslužuje** (Neka do pitanja koja je potrebno obraditi u ovom segmentu su: Ko su kupci/potrošači? Zašto kupuju proizvode/usluge odabranog preduzeća? Koji su sve segmenti potrošača uočljivi i kakve su njihove karakteristike? Na koji način kupci donose odluku u kupovini i faze tog procesa? Da li preduzeće treba da targetira neku novu grupu potrošača i koju? Na koji način to može učiniti? Zašto je to isplativo?...);
 - **Analizu konkurencije** (ko su ključni konkurenti? Po čemu se preduzeće razlikuje od konkurencije? Koji je to jedinstveni set vrijednosti koji odabrano preduzeće pruža potrošačima, za razliku od konkurenata?);
 - **SWOT analizu;**
 - **Analizu sadašnjeg marketing miksa preduzeća, uz poseban osvrt na promociju** (analizirati sve instrumente marketing miksa koje preduzeće sada koristi; navesti koje su dobre strane tako kreiranog marketing miksa; navesti koji su nedostaci aktuelnog marketing miksa. Poseban osvrt napraviti u dijelu promocije – opisati kakav je promotivni miks preduzeće do sada koristilo, koje su njegove dobre i loše strane);
 - **Predlog za unapređenje marketing miksa preduzeća** (kakav bi trebao da bude marketing miks odabranog preduzeća? Koje promjene treba uvesti? Zbog čega? Staviti naglasak na preporuke autora i obrazložiti na koji način bi implementacija tih preporuka doprinijela poboljšanju tržišne pozicije preduzeća);
 - **Marketing kalendar za period od mjesec dana** (detaljan plan promocije preduzeća za period od mjesec dana).
- Studenti su dužni da predaju seminarski rad **u štampanoj i elektronskoj verziji**. Rad u elektronskoj verziji je potrebno poslati **najkasnije do petka, 31.03.2023. do 16:00h**, slanjem na adresu: dcirovic@ucg.ac.me. Radove **u štampanoj formi** je potrebno **predati u terminu održavanja časa vježbi**, u petak, 07.04.2023.
- Za sve eventualne nedoumice u pogledu izrade seminarskog rada studenti se mogu obratiti predmetnom saradniku putem mejla, ili u terminu časova vježbi.