
Osnove marketinga

Studije menadžmenta Podgorica

dr Bojana Femić-Radosavović, mr Vladimir Đurišić, ljetnji semestar 2019/20.

O čemu ćemo razgovarati?

Na časovima predavanja i vježbi ćemo upoznati studente sa teorijom i praksom savremenog marketinga. Pripremićemo studente za rješavanje praktičnih problema u preduzećima tako što ćemo im ponuditi marketing menadžment vještine na jednostavan način, kroz mnogo primjera iz prakse. Tokom semestra ćemo upoznati mnogo alata koji su značajni za marketing praksu danas. Na početku ćemo se upoznati sa osnovama marketinga, marketing okolinom i istraživanjem, baviti se analizom potrošača, segmentacijom i targetiranjem. Kasnije ćemo definisati i osnovne instrumente marketing miksa u okruženju koje se iz dana u dan mijenja. Na kraju semestra, student će imati zaokruženu sliku o tome čime se bave stručnjaci zaposleni u sektora Marketinga.

Plan rada

Dan i datum	Tema
Ponedjeljak, 10.02.	Pravila polaganja ispita + Razumijevanje marketing menadžmenta (P) (Šta je marketing? Orijentacija kompanije ka tržištu. Ključni marketinški koncepti.)
Srijeda, 12.02.	Poslovna filozofija masovnog marketinga (V)
Ponedjeljak, 17.02.	Nova era marketinga (P) (Promjene u marketing menadžmentu)
Srijeda, 19.02.	Tržište i marketing (V)
Ponedjeljak, 24.02.	Marketing okolina (P) (Marketing informacioni sistem. Analiza makro okruženja. Analiza konkurencije. PEST analiza.)
Srijeda, 26.02.	Analiza strukture (V)
Ponedjeljak, 02.03.	Marketing istraživanja (P) (Proces marketing istraživanja. Marketing metrika.)
Srijeda, 04.03.	Analiza primjera (V)

Dan i datum	Tema
Ponedjeljak, 09.03.	Ponašanje potrošača (P) (Šta utiče na ponašanje potrošača? Motivacija i percepcija. Proces donošenja odluke o kupovini.)
Srijeda, 11.03.	Primjer (V)
Ponedjeljak, 16.03.	Identifikovanje tržišnih segmenata i targetiranje (P) (Osnove za segmentaciju tržišta. Targetiranje.)
Srijeda, 18.03.	Analiza tržišta (V)
Ponedjeljak, 23.03.	Marketing miks: Proizvod (P) (Karakteristike proizvoda. Diferencijacija. Dizajn. Specifičnosti usluga. 4P u 4EP: <i>Product</i> u <i>Empathic Product</i>)
Srijeda, 25.03.	Demonstracija primjera (V)
Ponedjeljak, 30.03.	KOLOKVIJUM
Srijeda, 01.04.	Demonstracija primjera (V)
Ponedjeljak, 06.04.	Marketing miks: Cijena. Definisanje cjenovne strategije i programa (P) (Definisanje cijene u digitalnom svijetu. Psihologija potrošača i cijene. Određivanje cijene. 4P u 4EP: <i>Price</i> u <i>Experiential Price</i>)
Srijeda, 08.04.	Cijena - vježbanje primjera (V)
Ponedjeljak, 13.04.	POPRAVNI KOLOKVIJUM
Srijeda, 15.04.	Marketing planiranje (V)
Ponedjeljak, 20.04.	PRAZNIK
Srijeda, 22.04.	Prikaz modela (V)
Ponedjeljak, 27.04.	Marketing miks: Kanali prodaje. (P) (Upravljanje marketinškim kanalima. Značaj kanala. Uloga marketing kanala. 4P u 4EP: <i>Place</i> u <i>Ever-present Place</i>)
Srijeda, 29.04.	Promocija - primjer (V)
Ponedjeljak, 04.05.	Marketing miks: Promocija (P) (Uloga marketing komunikacija. Novo okruženje za komunikacije. IMK miks. Upravljanje masovnim komunikacijama: Oglašavanje. Unapređenje prodaje. PR. Događaji i iskustva)
Srijeda, 06.05.	Organizovanje i kontrola marketinga (V)
Ponedjeljak, 11.05.	Upravljanje ličnim i digitalnim komunikacijama (P) (Direktni marketing. Lična prodaja. Online marketing. Društveni mediji. Mobilni marketing. 4P u 4EP: <i>Promotion</i> u <i>Engaging Promotion</i>)
Srijeda, 13.05.	Nabavka (V)
Ponedjeljak, 18.05.	Međunarodni i globalni marketing (P)
Srijeda, 20.05.	Međunarodni marketing (V)

Pravila polaganja ispita

Tokom semestra biće bodovane sljedeće aktivnosti: kolokvijum (max 40 poena), aktivnost na časovima (max 10 poena), dva domaća zadatka (max 10 poena) i završni ispit (pismeno i/ili usmeno max 40 poena). Da bi položio ispit student treba da kroz različitu kombinaciju aktivnosti prikupi minimum 50 poena (50-59 poena ocjena E, 60-69 poena ocjena D, 70-79 poena ocjena C, 80-89 poena ocjena B i 90-100 poena ocjena A).

Datum održavanja kolokvijuma je unaprijed definisan. Kolokvijum se sastoji od 20 kratkih pitanja. U završnu ocjenu ulazi broj osvojenih poena.

Tokom cijelog semestra se vodi evidencija o prisustvu i aktivnosti na časovima predavanja i vježbi.

Tokom semestra studenti će imati mogućnost da riješe dva domaća zadatka i tako osvoje maksimum 10 poena. Domaći zadatak se radi u grupi od 3 do 5 studenata. Grupe se prijavljuju na e-mail adresu: osnove.marketinga2020@gmail.com najkasnije do 20. februara. Tema prvog domaćeg zadatka će biti kratka pisana analiza jednog od 15 ponuđenih TEDx govora, a drugog analiza jednog od 15 ponuđenih marketing sajtova i blogova.

Završni ispit se sastoji iz obaveznog pismenog dijela i dodatno je omogućen i usmeni dio ispita za ocjenu A. Pismeni dio se sastoji od 20 kratkih pitanja koja obuhvataju cjelokupno gradivo. U konačnu ocjenu ulazi broj osvojenih poena.

Važni datumi

- 30.03. - Kolokvijum
- 13.04. - Popravni kolokvijum
- 25.05. - Završni ispit
- 08.06. - Popravni završni ispit

Literatura

Kotler, P., i K.L. Keller. 2006. *Marketing menadžment*, 12. izdanje, prevod. Data Status, odabrana poglavlja (1, 3, 4, 6, 8, 12, 13, 14, 15, 17, 18, 19, 21)