

Ekonomski fakultet / Ekonomija, smjer Marketing / Marketing usluga

Uslovljenost drugim predmetima	Za uspješno izučavanje predmeta Marketing usluga potreban je određeni nivo znanja iz temeljnih ekonomskih disciplina, menadžmenta i, posebno, iz oblasti marketinga.
Ciljevi izučavanja predmeta	Lajtmotiv izvodjenja nastave iz predmeta Marketing usluga je da studenti steknu dublja i korisna znanja o upravljanju marketingom u uslužnim preduzećima.
Ime i prezime nastavnika i saradnika	prof.dr Ljubinko Dedović
Metod nastave i savladanja gradiva	Predvidjeno je izučavanje tema značajnih kako sa teorijskog tako i sa praktičnog aspekta. Za njihovu obradu nužna je određena teorijska priprema. Teorijska priprema će omogućiti da se na časovima vodi razgovor o važnim i aktuelnim temama. Sem toga, studenti će imati priliku da prezentiraju svoja razmišljanja o različitim teorijskim i praktičnim problemima iz domena marketinga usluga, kroz seminarske radove, eseje, studije slučaja ili na neki drugi način.
I nedjelja, pred.	Pojam usluge. Obilježja usluga. Klasifikacija usluga.
I nedjelja, vježbe	Pojam usluge. Obilježja usluga. Klasifikacija usluga.
II nedjelja, pred.	Marketing usluga – neke teorijske implikacije. Ekonomski značaj usluga. Karakteristike tržišta usluga. Pregled važnijih obilježja ponude usluga. Tražnja na tržištu usluga.
II nedjelja, vježbe	Marketing usluga – neke teorijske implikacije. Ekonomski značaj usluga. Karakteristike tržišta usluga. Pregled važnijih obilježja ponude usluga. Tražnja na tržištu usluga.
III nedjelja, pred.	Standardni faktori tražnje na tržištu usluga. Savremene ambijentalne determinante tražnje usluga.
III nedjelja, vježbe	Standardni faktori tražnje na tržištu usluga. Savremene ambijentalne determinante tražnje usluga.
IV nedjelja, pred.	Pravci prilagođavanja procesa upravljanja marketingom promjenama okruženja.
IV nedjelja, vježbe	Pravci prilagođavanja procesa upravljanja marketingom promjenama okruženja.
V nedjelja, pred.	Okvir procesa upravljanja marketingom uslužnog preduzeća. Istraživanje i segmentacija uslužnog tržišta, pozicioniranje uslužnog preduzeća i tržišno targetiranje (Istraživanje tržišta i marketing informacioni sistem uslužnog preduzeća).
V nedjelja, vježbe	Okvir procesa upravljanja marketingom uslužnog preduzeća. Istraživanje i segmentacija uslužnog tržišta, pozicioniranje uslužnog preduzeća i tržišno targetiranje (Istraživanje tržišta i marketing informacioni sistem uslužnog preduzeća).
VI nedjelja, pred.	Istraživanje i segmentacija uslužnog tržišta, pozicioniranje uslužnog preduzeća i tržišno targetiranje (Segmentacija tržišta usluga. Pozicioniranje uslužnog preduzeća i tržišno targetiranje). Planiranje marketinga uslužnog preduzeća (Faze planiranja. Definisane programsko-planskih elemenata uslužnog marketing miksa. Koncept usluge).
VI nedjelja, vježbe	Istraživanje i segmentacija uslužnog tržišta, pozicioniranje uslužnog preduzeća i tržišno targetiranje (Segmentacija tržišta usluga. Pozicioniranje uslužnog preduzeća i tržišno targetiranje). Planiranje marketinga uslužnog preduzeća (Faze planiranja. Definisane programsko-planskih elemenata uslužnog marketing miksa. Koncept usluge).
VII nedjelja, pred.	Obnavljanje gradiva . I kolokvijum (pismeni test)
VII nedjelja, vježbe	Obnavljanje gradiva . I kolokvijum (pismeni test)
VIII nedjelja, pred.	Planiranje marketinga uslužnog preduzeća (Kvalitet usluge. Marka usluge).
VIII nedjelja, vježbe	Planiranje marketinga uslužnog preduzeća (Kvalitet usluge. Marka usluge).
IX nedjelja, pred.	Planiranje marketinga uslužnog preduzeća (Razvoj usluge. Cijena usluge. Distribucija usluge).
IX nedjelja, vježbe	Planiranje marketinga uslužnog preduzeća (Razvoj usluge. Cijena usluge. Distribucija usluge).
X nedjelja, pred.	Planiranje marketinga uslužnog preduzeća (Promocija usluge). Implementacioni aspekti upravljanja marketingom uslužnog preduzeća (Okvir marketing implementacije u uslužnom preduzeću).
X nedjelja, vježbe	Planiranje marketinga uslužnog preduzeća (Promocija usluge). Implementacioni aspekti upravljanja marketingom uslužnog preduzeća (Okvir marketing implementacije u uslužnom preduzeću).
XI nedjelja, pred.	Implementacioni aspekti upravljanja marketingom uslužnog preduzeća (Upravljanje uslužnim procesom. Fizičko okruženje kao implementaciono područje).
XI nedjelja, vježbe	Implementacioni aspekti upravljanja marketingom uslužnog preduzeća (Upravljanje uslužnim procesom. Fizičko okruženje kao implementaciono područje).
XII nedjelja, pred.	Implementacioni aspekti upravljanja marketingom uslužnog preduzeća (Upravljanje ljudskim faktorom u sistemu servukcije).
XII nedjelja, vježbe	Implementacioni aspekti upravljanja marketingom uslužnog preduzeća (Upravljanje ljudskim faktorom u sistemu servukcije).

XIII nedjelja, pred.	Kontrola marketinga uslužnog preduzeća (Osnovni okvir kontrole marketinga. Kontrola uslužne ponude).
XIII nedjelja, vježbe	Kontrola marketinga uslužnog preduzeća (Osnovni okvir kontrole marketinga. Kontrola uslužne ponude).
XIV nedjelja, pred.	Kontrola marketinga uslužnog preduzeća (Analiza korisničke percepcije kvaliteta usluge. Profitna efikasnost uslužnog preduzeća).
XIV nedjelja, vježbe	Kontrola marketinga uslužnog preduzeća (Analiza korisničke percepcije kvaliteta usluge).
XV nedjelja, pred.	Profitna efikasnost uslužnog preduzeća.
XV nedjelja, vježbe	II kolokvijum (pismeni test)
Obaveze studenta u toku nastave	Podrazumijeva se aktivno učešće studenata na časovima.
Konsultacije	poslije predavanja i vježbi
Opterećenje studenta u casovima	nedjeljno 4kredita x 40/30 = 5,3 sati Struktura: 2 sata za predavanja 2 sata za vježbe 1,3 sata samostalnog rada, uključujući konsultacije. u semestru Ukupno opterećenje za predmet 4x30 = 120 sati Struktura: Nastava i završni ispit: 5,3x16nedjelja= 85,3 sati Neophodne pripreme prije početka semestra (administracija, upis, ovjera): 5,3x2= 10,6 sati. Dopunski rad za pripremu i polaganje ispita u popravnom roku: 24,1 sata.
Literatura	prof.dr Rade Kancir, Marketing usluga, Beogradska poslovna škola, Univerzitet za poslovne studije, Beograd, 2011.
Oblici provjere znanja i ocjenjivanje	Svi oblici aktivnosti studenata vrednuju se posebno. Stoga je ocjena rezultat njihovog ukupnog angažmana. □ Dva kolokvijuma po 35 poena 70 poena □ Esej, seminarski rad ili studija slučaja 15 poena □ Učešće u razgovorima o odredjenim temama 15 poena Ukupno: 100 poena Prelazna ocjena se dobija ako se sakupi najmanje 50 poena.
Posebne naznake za predmet	Kolokvijumi se polažu pismeno, a završni ispit, po pravilu, usmeno, nakon čega se formira konačna ocjena.
Napomena	Dodatne informacije o predmetu: kod nastavnika, prof.dr Ljubinka Dedovića.
Ishodi učenja	Nakon što student položi ovaj ispit, biće u mogućnosti da: □ Objasni faze procesa upravljanja marketingom u uslužnim preduzećima; □ Definiše pojam usluge, navede osnovna obilježja usluga i grupiše usluge; □ Prepozna ekonomski značaj usluga(uslužnog sektora); □ Analizira pozicioniranje uslužnog preduzeća i tržišno targetiranje; □ Razlikuje uslužni marketing miks od standardnog marketing miksa; □ Poveže programsko-planske elemente uslužnog marketing miksa i implementacione aspekte uslužnog preduzeća; □ Procijeni korisničke percepcije kvaliteta usluge i utvrdi profitnu efikasnost uslužnog preduzeća.