

Ekonomski fakultet / Ekonomija, smjer Menadžment / Marketing

Uslovljenost drugim predmetima	Nema uslova za prijavljivanje i slušanje predmeta
Ciljevi izučavanja predmeta	Da se studenti upoznaju sa osnovnim postavkama teorije i prakse marketinga i savremenog tržišnog načina privređivanja preduzeća i organizacija
Ime i prezime nastavnika i saradnika	Predmetni nastavnik: Prof. dr Božo Mihailović, redovni profesor Predmetni saradnik: Mr Vladimir Đurišić
Metod nastave i savladanja gradiva	Predavanja, vježbe, primjeri, seminarski radovi, diskusije
I nedjelja, pred.	Marketing kao poslovna filozofija Masovni marketing
I nedjelja, vježbe	Marketing kao poslovna filozofija Masovni marketing
II nedjelja, pred.	Savremene promjene u marketingu Nova era marketinga Fundamentalne promjena
II nedjelja, vježbe	Nova era marketinga Fundamentalne promjena
III nedjelja, pred.	Tržište i marketing koncepcija. Partnerski marketing
III nedjelja, vježbe	Tržište i marketing koncepcija. Partnerski marketing
IV nedjelja, pred.	Marketing okruženje Marketing informacioni sistem
IV nedjelja, vježbe	Marketing okruženje Marketing informacioni sistem
V nedjelja, pred.	Marketing istraživanje. Proces marketing istraživanja. Analiza slučaja
V nedjelja, vježbe	Marketing istraživanje. Proces marketing istraživanja. Analiza slučaja
VI nedjelja, pred.	Ponašanje potrošača Analiza tržišta i predviđanje tražnje i prodaje
VI nedjelja, vježbe	Ponašanje potrošača Analiza tržišta i predviđanje tražnje i prodaje.
VII nedjelja, pred.	Kolokvijum Instrumenti marketinga
VII nedjelja, vježbe	kolokvijum Instrumenti marketinga
VIII nedjelja, pred.	Proizvod kao instrument marketing mix-a Novi Proizvod
VIII nedjelja, vježbe	Proizvod kao instrument marketing mix-a Novi Proizvod
IX nedjelja, pred.	Cijena kao instrument marketinga
IX nedjelja, vježbe	Cijena kao instrument marketinga
X nedjelja, pred.	Kanali marketinga
X nedjelja, vježbe	Kanali marketinga
XI nedjelja, pred.	Promocija
XI nedjelja, vježbe	Promocija
XII nedjelja, pred.	Marketing planiranje
XII nedjelja, vježbe	Marketing planiranje
XIII nedjelja, pred.	Marketing planiranje Organizovanje marketing aktivnosti
XIII nedjelja, vježbe	Marketing planiranje Organizovanje marketing aktivnosti
XIV nedjelja, pred.	Marketing kontrola Međunarodni (globalni) marketing
XIV nedjelja, vježbe	Marketing kontrola Međunarodni (globalni) marketing
XV nedjelja, pred.	Tržišni aspekti nabavke II kolokvijum
XV nedjelja, vježbe	Tržišni aspekti nabavke II kolokvijum
Obaveze studenta u toku nastave	Studenti su obavezni da redovno prisustvuju nastavi i rade planirane kolokvijume, eseje, seminarske i praktične radove.
Konsultacije	Poslije časova predavanja i u zvaničnim terminima konsultacija objavljenim na sajtu fakulteta.
Opterećenje studenta u casovima	7 kredita x 40/30 = 9,30 Struktura: 4 sata za predavanja 2 sata za vježbe 3,30 samostalnog rada, uključujući konsultacije u semestru Ukupno opterećenje za predmet: 7 x 30 = 210 Struktura: Nastava i završni ispit: 9,30 x 16 = 148,8 Neophodne pripreme prije početka semestra (administracija, upis, ovjera): 9,30 x 2 = 18,6 Dopunski rad za pripremu i polaganje ispita u popravnom roku: 42,6
Literatura	Prof. dr Božo Mihailović: MARKETING – treće izdanje, CPI, Podgorica, 2013.

Oblici provjere znanja i ocjenjivanje	
Posebne naznake za predmet	
Napomena	
Ishodi učenja	Po završetku ovog predmeta, student će pokazati sposobnosti da: <input type="checkbox"/> Definiše i praktično primijeni Marketing filozofiju u preduzeću. <input type="checkbox"/> Analizira i istraži kako nabavno tako i prodajno tržište. <input type="checkbox"/> Predvidi prodaju preduzeća i grane u kojoj to preduzeće posluje. <input type="checkbox"/> Kreira adekvatan marketing miks sa kojim će nastupiti na domaćem i inostranom tržištu.