

Ekonomski fakultet / Ekonomija, smjer Menadžment / MARKETING USLUGA

| | |
|--------------------------------------|---|
| Ustolovljenost drugim predmetima | Za uspješno izučavanje predmeta Marketing usluga potreban je odredjeni 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 | Predviđeno je izučavanje tema značajnih kako sa teorijskog tako i sa praktičnog aspekta. Za njihovu obradu nužna je odredjena teorijska priprema. Teorijska priprema će omogućiti da se na časovima vodi razgovor o važnim i aktuelnim temama. Sem toga, s |
| 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. Defi |
| 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. Defi |
| 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 časovima | 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: 5,3x16nedelja= 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 aktiivnosti studenata vrednuju se posebno. Stoga je ocjena rezultat njihovog ukupnog angažmana. □ Dva kolokvijuma po 35 poena 70 poena □ Ese |
| 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: Opiše faze procesa upravljanja marketingom u uslužnim preduzećima; Protumači pojam usluge, navede osnovna obilježja usluga i grupiše usluge; Prepozna ekonomski značaj usluga(uslužnog sektora); Razlikuje pozicioniranje uslužnog preduzeća i tržišno targetiranje; Suprostavi uslužni marketing miks standardnom marketing miks; Poveže programsko-planske elemente uslužnog marketing miksa i implementacione aspekte uslužnog preduzeća; Procijeni korisničke percepcije kvaliteta usluge i utvrdi profitnu efikasnost uslužnog preduzeća. |