

Ekonomski fakultet / POSLOVNA EKONOMIJA / MEĐUNARODNI MARKETING

Uslovljenost drugim predmetima	-
Ciljevi izučavanja predmeta	Ovladavanje studenata principima, logikom i vještinama međunarodnog marketinga, odnosno nastojanje da se studenti osposobe da na bazi stečenih znanja i vještina primjene marketing koncept u međunarodnom okruženju.
Ime i prezime nastavnika i saradnika	Prof. dr Milorad Jovović, Mr Nikola Mišnić
Metod nastave i savladanja gradiva	
I nedjelja, pred.	Uvod u Međunarodni marketing
I nedjelja, vježbe	
II nedjelja, pred.	Dinamika međunarodnog okruženja i trgovine
II nedjelja, vježbe	
III nedjelja, pred.	Kulturološko okruženje globalnih tržišta
III nedjelja, vježbe	
IV nedjelja, pred.	Kultura i upravljanje međunarodnim marketingom
IV nedjelja, vježbe	
V nedjelja, pred.	Političko i pravno okruženje međunarodnog marketinga
V nedjelja, vježbe	
VI nedjelja, pred.	Razvoj vizije za nastup na međunarodnom tržištu
VI nedjelja, vježbe	
VII nedjelja, pred.	Istraživanja za nastup na međunarodnom tržištu
VII nedjelja, vježbe	
VIII nedjelja, pred.	Strategijski model selekcije i izbora inostranih tržišta
VIII nedjelja, vježbe	
IX nedjelja, pred.	Razvoj proizvoda i usluga za finalne potrošače
IX nedjelja, vježbe	
X nedjelja, pred.	Razvoj proizvoda i usluga za poslovne kupce
X nedjelja, vježbe	
XI nedjelja, pred.	Međunarodni marketing kanali
XI nedjelja, vježbe	
XII nedjelja, pred.	Međunarodne marketing komunikacije
XII nedjelja, vježbe	
XIII nedjelja, pred.	Određivanje cijene za nastup na stranom tržištu
XIII nedjelja, vježbe	
XIV nedjelja, pred.	Specifičnosti Međunarodnog marketinga usluga
XIV nedjelja, vježbe	
XV nedjelja, pred.	Međunarodni nishe marketing
XV nedjelja, vježbe	
Obaveze studenta u toku nastave	Studenti su obavezni da redovno prate nastavu. Pored toga, imaju mogućnost da rade planirane kolokvijume i testove.
Konsultacije	
Opterećenje studenta u casovima	Nedjeljno 7 kredita x 40/30 = 9 sati 20 minuta Struktura: 2 sata i 15 minuta za predavanja 1 sat i 30 minuta za vježbe 5sati i 35 minuta samostalnog rada studenta, uključujući i konsultacije
Literatura	P. Cateora, R. Money, M. Gilly, J. Graham: International Marketing, McGraw Hill, 2020. B. Rakita: Međunarodni marketing, CID Ekonomskog fakulteta u Beogradu, 2009.

Oblici provjere znanja i ocjenjivanje	Aktivnosti na časovima; Kolokvijum; Završni ispit
Posebne naznake za predmet	-
Napomena	-
Ishodi učenja	Studenti će nakon polaganja ovog predmeta biti u prilici da: - dekomponuju proces međunarodnog marketing menadžmenta ; - analizom strateških ciljeva nastupa na međunarodnom tržištu i međunarodnog biznis okruženja razvije međunarodnu marketing strategiju i razvojne strategijske alternative za implementaciju ciljeva, - analizira različite aspekte međunarodnog marketinga uključujući i njegove specifičnosti i razliku u odnosu na marketing usmjeren ka lokalnom tržištu. - da sagleda ulogu koju međunarodni marketing ima u procesu internacionalizacije poslovanja;