

Ekonomski fakultet / Studije menadžmenta, smjer Finansije i računovodstvo / OSNOVE MARKETINGA

Uslovljenost drugim predmetima	
Ciljevi izučavanja predmeta	Da se studentni upoznaju sa teorijom i praskom savremenog marketinga; Da se pripreme za rješavanje praktičnih problema u preduzećima.
Ime i prezime nastavnika i saradnika	Prof. dr Boban Melović, redovni profesor; Dr Vladimir Đurišić, docent
Metod nastave i savladanja gradiva	Nastavnik će prvo izložiti materiju, sa akcentom na najnovija dostignuća u ovoj oblasti, na vježbama će se izložiti studije slučaja. Studenti će imati seminarske radove i konsultacije.
I nedjelja, pred.	Poslovna filozofija masovnog marketinga/ objašnjenje pojmova
I nedjelja, vježbe	Poslovna filozofija masovnog marketinga/ Analiza slučaja
II nedjelja, pred.	Nova era marketinga/ Isticanje prednosti
II nedjelja, vježbe	Nova era marketinga/ Isticanje prednosti
III nedjelja, pred.	Tržište i marketing/ Objašnjenje grafika
III nedjelja, vježbe	Tržište i marketing/ Objašnjenje grafika
IV nedjelja, pred.	Marketing okolina/ Analiza strukture
IV nedjelja, vježbe	Marketing okolina/ Analiza strukture
V nedjelja, pred.	Marketing istraživanja, MIS
V nedjelja, vježbe	Marketing istraživanja, MIS/ Analiza slučaja
VI nedjelja, pred.	Ponašanje potrošača/ Analiza tržišta
VI nedjelja, vježbe	Ponašanje potrošača/ Analiza tržišta
VII nedjelja, pred.	I kolokvijum
VII nedjelja, vježbe	I kolokvijum
VIII nedjelja, pred.	Marketing MIX, Proizvod/ Demonstracija primjera
VIII nedjelja, vježbe	Marketing MIX, Proizvod/ Demonstracija primjera
IX nedjelja, pred.	Razvoj novog proizvoda. Analiza faza. Cijena/ Vježbanje primjera
IX nedjelja, vježbe	Cijena/ Vježbanje primjera
X nedjelja, pred.	Kanali marketinga
X nedjelja, vježbe	Kanali marketing
XI nedjelja, pred.	Promocija
XI nedjelja, vježbe	Promocija
XII nedjelja, pred.	Marketing planiranje/ prikaz modela
XII nedjelja, vježbe	Marketing planiranje/ prikaz modela
XIII nedjelja, pred.	Organizovanje i kontrola marketinga/ Primjer
XIII nedjelja, vježbe	Organizovanje i kontrola marketinga/ Primjer
XIV nedjelja, pred.	Međunarodni marketing/ Nabavka
XIV nedjelja, vježbe	Međunarodni marketing/ Nabavka
XV nedjelja, pred.	II Kolokvijum
XV nedjelja, vježbe	II kolokvijum
Obaveze studenta u toku nastave	Dva kolokvijuma
Konsultacije	Poslije predavanja (vježbi) i po dogovoru sa profesorom i asistentom
Opterećenje studenta u casovima	nedjeljno 8 kredita x 40/30 = 10,67 sati Struktura: 2 sata za predavanja 4 sata za vježbe 4,67 sati samostalnog rada, uključujući konsultacije. u semestru Ukupno opterećenje za predmet: 8x30 = 240 sati Struktura: Nastava i završni ispit: 10,67x16nedelja = 170,72 sata Neophodne pripreme prije početka semestra (administracija, upis, ovjera): 10,67x2= 21,34 sata. Dopunski rad za pripremu i polaganje ispita u popravnom roku: 47,94 sata.

Literatura	Prof. dr Božo Mihailović: Osnovi marketinga, CPI, Podgorica, 2013. T. Hult and oth.: Marketing, 16th ed., South-Western, 2012. Material from lectures and exercises
Oblici provjere znanja i ocjenjivanje	Kolokvijum 30 poena (x2)=60 Poena, Aktivnost na času do 10 poena; Završni ispit 30 poena
Posebne naznake za predmet	
Napomena	
Ishodi učenja	Nakon što student položi ovaj ispit, biće u mogućnosti da: ☐ Opiše ulogu marketing koncepta u savremenom poslovnom okruženju; ☐ Diskutuje o savremenim promjenama u marketingu; ☐ Razlikuje uticaj mikro i makro okruženja na marketing odlučivanje; ☐ Sumira faze u procesu istraživanja i protumači rezultate marketing istraživanja; ☐ Diskutuje o ključnim faktorima koji determinišu ponašanje potrošača; ☐ Opiše elemente marketing miksa i diskutuje o njima; ☐ Razlikuje funkcije marketing menadžmenta i diskutuje o njima;