

Ekonomski fakultet / Menadžment Bijelo Polje / 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	Predmetni nastavnik: Prof. dr Božo Mihailović, redovni profesor Predmetni saradnik: Mr Vladimir Đurišić, saradnik
Metod nastave i savladanja gradiva	Nastavnik će prvo izložiti materiju, sa akcentom na najnovija dostignuća u ovoj oblasti, na vježbama će se izložiti studiji slučajeva. Studenti će imati i seminarske radove i konsultacije.
I nedjelja, pred.	Poslovna filozofija masovnog marketinga/ objašnjenje pojmova
I nedjelja, vježbe	Poslovna filozofija masovnog marketinga/ objašnjenje pojmova
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/ Case study
V nedjelja, vježbe	Marketing istraživanja, MIS/ Case study
VI nedjelja, pred.	Ponašanje potrošača Primjer Analiza tržišta/Primjer
VI nedjelja, vježbe	Ponašanje potrošača Primjer Analiza tržišta/Primjer
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	Razvoj novog proizvoda. Analiza faza. Cijena/ Vježbanje primjera
X nedjelja, pred.	Kanali marketinga
X nedjelja, vježbe	Kanali marketinga
XI nedjelja, pred.	Integrisane marketing komunikacije
XI nedjelja, vježbe	Integrisane marketing komunikacije
XII nedjelja, pred.	Marketing planiranje/ Prikaz modela
XII nedjelja, vježbe	Marketing planiranje/ Prikaz modela
XIII nedjelja, pred.	Marketing organizovanje Marketing Kontrola
XIII nedjelja, vježbe	Marketing organizovanje Marketing Kontrola
XIV nedjelja, pred.	Tržišni aspekti nabavke Međunarodni marketing
XIV nedjelja, vježbe	Tržišni aspekti nabavke Međunarodni marketing
XV nedjelja, pred.	II kolokvijum
XV nedjelja, vježbe	II kolokvijum
Obaveze studenta u toku nastave	Dva kolokvijuma
Konsultacije	Nakon časova
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. Materijal sa predavanja i vježbi
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	Po završetku ovog predmeta, student će upoznati: □ Suštinu savremenog marketinga. □ Neophodne informacije za potrebe marketing odlučivanja; □ Savremene trendove u okviru instrumenata marketing miksa □ Elementarne komponente marketing menadžmenta.