

Ekonomski fakultet / Menadžment Bijelo Polje (model studija 3+2) /

Uslovljenost drugim predmetima	Nema uslova za prijavljivanje i slušanje predmeta. Poželjno je da je student položio bazične discipline Osnovi marketinga, Istraživanje marketinga i Osnovi menadžmenta
Ciljevi izučavanja predmeta	Ovladavanje studenata principima i bazičnim vještinama upravljanja marketingom u malim i srednjim preduzećima (MSP), odnosno nastojanje da se studenti osposobe da uoče problem, analiziraju ga, predlože način rješavanja i tako, na bazi stečenih znanja i vještina, donose optimalna poslovna rješenja (odluke). Otuda, pored teorijskih objašnjenja upravljanja marketingom u sektoru MSP, disciplina obuhvata problematiku analize koncepta gerila marketinga, mogućnosti primjene benčmarkinga u sektoru MSP, kao i analizu osnovnih grešaka koje treba izbjegavati u marketingu. Krajnji cilj je ovladavanje studenata vještinom izrade kvalitetnog marketing plana sa svim neophodnim elementima.
Ime i prezime nastavnika i saradnika	Mirjana Kuljak Dragana Ćirović
Metod nastave i savladanja gradiva	Predavanja, vježbe, studije slučajeva, praktični radovi, izrada seminarskih radova, debate, diskusije, konsultacije
I nedjelja, pred.	Uvod u marketing malog biznisa Specifičnosti primjene marketinga u sektoru MSP
I nedjelja, vježbe	Uvod u marketing malog biznisa Specifičnosti primjene marketinga u sektoru MSP
II nedjelja, pred.	Marketing i preduzetništvo
II nedjelja, vježbe	Marketing i preduzetništvo
III nedjelja, pred.	Benchmarking – koncept, vrste, proces realizacije, svjetski i domaći primjeri
III nedjelja, vježbe	Benchmarking – koncept, vrste, proces realizacije, svjetski i domaći primjeri
IV nedjelja, pred.	Benchmarking – specifičnosti primjene u MSP
IV nedjelja, vježbe	Benchmarking – specifičnosti primjene u MSP
V nedjelja, pred.	Instrumenti marketinga u malom biznisu
V nedjelja, vježbe	Instrumenti marketinga u malom biznisu
VI nedjelja, pred.	I kolokvijum
VI nedjelja, vježbe	I kolokvijum
VII nedjelja, pred.	Proizvod u MSP; Politika cijena u MSP; Distribucija i promocija u MSP
VII nedjelja, vježbe	Proizvod u MSP; Politika cijena u MSP; Distribucija i promocija u MSP
VIII nedjelja, pred.	Deset smrtnih grijehova u marketingu – kako izbjeći greške u marketingu MSP?
VIII nedjelja, vježbe	Deset smrtnih grijehova u marketingu – kako izbjeći greške u marketingu MSP?
IX nedjelja, pred.	Marketing planiranje – plan marketinga u MSP
IX nedjelja, vježbe	Marketing planiranje – plan marketinga u MSP
X nedjelja, pred.	Preduzetnički marketing plan – objašnjenje ključnih karakteristika
X nedjelja, vježbe	Preduzetnički marketing plan – objašnjenje ključnih karakteristika
XI nedjelja, pred.	Postupak izrade marketing plana MSP
XI nedjelja, vježbe	Postupak izrade marketing plana MSP
XII nedjelja, pred.	Implementacija i kontrola (revizija) primjene plana marketinga u MSP
XII nedjelja, vježbe	Implementacija i kontrola (revizija) primjene plana marketinga u MSP
XIII nedjelja, pred.	Najbolji slučajevi MSP prakse – case study analiza Izlaganje praktičnih i seminarskih radova
XIII nedjelja, vježbe	Najbolji slučajevi MSP prakse – case study analiza Izlaganje praktičnih i seminarskih radova
XIV nedjelja, pred.	II kolokvijum
XIV nedjelja, vježbe	II kolokvijum
XV nedjelja, pred.	Popravni kolokvijumi
XV nedjelja, vježbe	Popravni kolokvijumi
Obaveze studenta u toku nastave	Studenti su u obavezi da redovno prisustvuju nastavi i rade planirane kolokvijume. Pored toga, studenti su obavezni da rade praktični i seminarski rad.
Konsultacije	U zvaničnim terminima konsultacija objavljenim na sajtu fakulteta.
Opterećenje studenta u	Ukupno opterećenje za predmet: 6 x 30 = 180 sati; Struktura: Nastava i završni ispit: 8 x 16 nedjelja =

casovima	128 sati; Neophodne pripreme prije početka semestra (administracija, upis, ovjera): 8 x 2 = 16 sati; Dopunski rad za pripremu i polaganje ispita u popravnom roku: 36 sati.
Literatura	Osnovna: Melović B., Marketing menadžment malog biznisa, hrestomatija, 2014. Lajović D., Melović B., Marketing menadžment malog biznisa, hrestomatija, 2008; Dopunska: Melović B., Međunarodni benchmarking, Ekonomski fakultet Podgorica, 2007; Lajović D., Preduzetnički marketing plan, CID, Podgorica, 2010; Paten D., Uspješan marketing za mala preduzeća, Clio, Beograd, 2006; Materijal sa časova predavanja i vježbi.
Oblici provjere znanja i ocjenjivanje	Bodovanje aktivnosti i ispita: - aktivnost na časovima: 10 poena - seminarski rad: 10 poena - dva kolokvijuma: 2x25 poena - završni ispit: 30 poena
Posebne naznake za predmet	
Napomena	
Ishodi učenja	Nakon što student položi ovaj ispit, biće u mogućnosti da: Opiše osnovne kategorije i specifičnosti primjene marketinga u sektoru malih i srednjih preduzeća; Ukaže na osnovne sličnosti i razlike između marketinga u velikim i malim preduzećima, kao i da prepozna ključne odrednice „gerila marketinga“ (na primjeru konkretnog preduzeća); Objasni razvoj plana „gerila marketinga“ i ukaže na proces istraživanja tržišta u sektoru MSP;