

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

Uslovljenost drugim predmetima	Nema uslovljenosti.
Ciljevi izučavanja predmeta	Lajtmotiv izvođenja 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	Predavanja i vježbe. studenti će imati priliku da prezentiraju svoja razmišljanja o različitim teorijskim i praktičnim problemima iz domena marketinga usluga, kroz seminarske radove, eseje, studije slučaja ili na neki drugi način.
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 informacijski 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 informacijski 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. Definisane programsko-planskih elemenata uslužnog marketing miksa. Koncept usluge).
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. Definisane programsko-planskih elemenata uslužnog marketing miksa. Koncept usluge).
VII nedjelja, pred.	Planiranje marketinga uslužnog preduzeća (Kvalitet usluge. Marka usluge).
VII nedjelja, vježbe	Planiranje marketinga uslužnog preduzeća (Kvalitet usluge. Marka usluge).
VIII nedjelja, pred.	Planiranje marketinga uslužnog preduzeća (Razvoj usluge. Cijena usluge. Distribucija usluge).
VIII nedjelja, vježbe	KOLOKVIJUM
IX nedjelja, pred.	Planiranje marketinga uslužnog preduzeća (Promocija usluge). Implementacioni aspekti upravljanja marketingom uslužnog preduzeća (Okvir marketing implementacije u uslužnom preduzeću).
IX nedjelja, vježbe	Planiranje marketinga uslužnog preduzeća (Promocija usluge). Implementacioni aspekti upravljanja marketingom uslužnog preduzeća (Okvir marketing implementacije u uslužnom preduzeću).
X nedjelja, pred.	Implementacioni aspekti upravljanja marketingom uslužnog preduzeća (Upravljanje uslužnim procesom. Fizičko okruženje kao implementaciono područje).
X nedjelja, vježbe	Implementacioni aspekti upravljanja marketingom uslužnog preduzeća (Upravljanje uslužnim procesom. Fizičko okruženje kao implementaciono područje).
XI nedjelja, pred.	Implementacioni aspekti upravljanja marketingom uslužnog preduzeća (Upravljanje ljudskim faktorom u sistemu servukcije).
XI nedjelja, vježbe	Implementacioni aspekti upravljanja marketingom uslužnog preduzeća (Upravljanje ljudskim faktorom u sistemu servukcije).
XII nedjelja, pred.	Kontrola marketinga uslužnog preduzeća (Osnovni okvir kontrole marketinga. Kontrola uslužne ponude).
XII nedjelja, vježbe	Kontrola marketinga uslužnog preduzeća (Osnovni okvir kontrole marketinga. Kontrola uslužne ponude).

XIII nedjelja, pred.	Kontrola marketinga uslužnog preduzeća (Analiza korisničke percepcije kvaliteta usluge. Profitna efikasnost uslužnog preduzeća).
XIII nedjelja, vježbe	Kontrola marketinga uslužnog preduzeća (Analiza korisničke percepcije kvaliteta usluge. Profitna efikasnost uslužnog preduzeća).
XIV nedjelja, pred.	OBNAVLJANJE GRADIVA
XIV nedjelja, vježbe	OBNAVLJANJE GRADIVA
XV nedjelja, pred.	POPRAVNI KOLOKVIJUM
XV nedjelja, vježbe	POPRAVNI KOLOKVIJUM
Obaveze studenta u toku nastave	Podrazumijeva se aktivno učešće studenata na časovima.
Konsultacije	U zvaničnom terminu.
Opterećenje studenta u casovima	2+2
Literatura	1. Kancir, R., Marketing usluga, BPŠ, Beograd, 2007. 2. Kancir, R., Đurica, M., Marketing uslužnih organizacija, BPŠ, Beograd, 2014. 3. Veljković, S., Marketing usluga, Ekonomski fakultet, Beograd, 2009. 4. Zeithaml, A.W., Bitner, M., Grenoler, D.D., Services Marketing, Mc Graw Hill, 2006.
Oblici provjere znanja i ocjenjivanje	Svi oblici aktivnosti studenata vrednuju se posebno. - Kolokvijum.....40 poena; - Esej, seminarski rad ili studija slučaja ili prezentacija.....10 poena -Učešće u razgovorima o određenim temama.....10 poena - Završni ispit.....40 poena.
Posebne naznake za predmet	
Napomena	
Ishodi učenja	Nakon što student položi ovaj ispit, biće u mogućnosti da: Objasni faze procesa upravljanja marketingom u uslužnim preduzećima; Definiše pojam usluge, navede osnovna obilježja usluga i grupiše usluge; Prepozna ekonomski značaj usluga(uslužnog sektora); Analizira pozicioniranje uslužnog preduzeća i tržišno targetiranje; Razlikuje uslužni marketing miksa od standardnog marketing miksa; Poveže programsko-planske elemente uslužnog marketing miksa i implementacione aspekte uslužnog preduzeća; Procijeni korisničke percepcije kvaliteta usluge i utvrdi profitnu efikasnost uslužnog preduzeća.