

Pomorski fakultet Kotor / Menadžment u pomorstvu i logistika (2017) / MARKETING U POMORSTVU

Uslovljenost drugim predmetima	Nema uslova za prijavljivanje i slušanje predmeta.
Ciljevi izučavanja predmeta	Cilj izučavanja ovog predmeta je da studente upozna sa osnovama marketing menadžmenta, načinima dolaženja do marketing saznanja, povezivanja sa kupcima, građenja jakih brendova, oblikovanja tržišnih ponuda, isporučivanja vrijednosti, komuniciranja vrijednosti i kreiranja uspješnog dugoročnog rasta preduzeća u pomorstvu.
Ime i prezime nastavnika i saradnika	Doc. dr Senka Šekularac Ivošević, mr Dragana Milošević
Metod nastave i savladanja gradiva	Predavanja i vježbe. Učenje i izrada seminarskih radova. Konsultacije.
I nedjelja, pred.	Razumijevanje marketing menadžmenta. Fundamenti marketing koncepcija, trendovi i zadaci. Uloga i značaj marketinga u pomorskom saobraćaju. Marketing koncepcija u pomorstvu.
I nedjelja, vježbe	
II nedjelja, pred.	Brodarska politika na pomorskom tržištu. Funkcionisanje tržišta broskog prostora. Organizacione forme pomorskog tržišta.
II nedjelja, vježbe	
III nedjelja, pred.	Komponente modernog marketing informacionog sistema. Upravljanje procesom marketing istraživanja.
III nedjelja, vježbe	
IV nedjelja, pred.	Područja i metode marketing istraživanja u pomorstvu.
IV nedjelja, vježbe	
V nedjelja, pred.	Kreiranje vrijednosti za potrošače, satisfakcija i lojalnost. Razvoj CRM-a (Customer Relationship Management) u morskim lukama i brodarskim preduzećima.
V nedjelja, vježbe	
VI nedjelja, pred.	Strategije marketinga u pomorstvu. I kolokvijum.
VI nedjelja, vježbe	
VII nedjelja, pred.	Strategije segmentacije i targetiranja tržišta. Popravni kolokvijum I.
VII nedjelja, vježbe	
VIII nedjelja, pred.	Strategija izgradnje brenda.
VIII nedjelja, vježbe	
IX nedjelja, pred.	Strategija pozicioniranja brenda .
IX nedjelja, vježbe	
X nedjelja, pred.	Benčmarking kao metoda u pozicioniranju morskih luka i brodarskih preduzeća.
X nedjelja, vježbe	
XI nedjelja, pred.	Oblikovanje ponude, strategija proizvoda na pomorskom tržištu (dizajniranje i isporuka usluga u pomorstvu).
XI nedjelja, vježbe	
XII nedjelja, pred.	Razvoj cjenovnih strategija i programa (tarife i tarifna politika u brodarskom i lučkom poslovanju). II kolokvijum.
XII nedjelja, vježbe	
XIII nedjelja, pred.	Dizajniranje i upravljanje kanalima marketinga i mrežama u pomorstvu (pomorske agencije, logističke mreže isporuke vrijednosti, horizontalne i vertikalne integracije u pomorstvu, E-marketing u pomorstvu).
XIII nedjelja, vježbe	
XIV nedjelja, pred.	Upravljanje sistemom integrisanih marketing komunikacija (instrumenti marketing komunikacionog miksa u brodarskom i lučkom poslovanju).
XIV nedjelja, vježbe	Popravni kolokvijum
XV nedjelja, pred.	Trendovi u savremenoj marketing praksi (interni marketing, socijalno odgovorni marketing, itd). Popravni kolokvijum II.

XV nedjelja, vježbe	
Obaveze studenta u toku nastave	Studenti su obavezni da pohađaju nastavu, odrade seminarski rad i rade dva kolokvijuma.
Konsultacije	Utorkom, 12:00-14:00h
Opterećenje studenta u casovima	Nedjeljno - 8 kredita $\times 40/30 = 10$ sati i 40 minuta Struktura: 3 sata predavanja 1 sat vježbi 6 sati i 40 minuta samostalnog rada. U semestru - Nastava i završni ispit: $(8 \text{ sati}) \times 16 = 128$ sati. Neophodna priprema prije početka semestra (administracija, upis, ovjera): $2 \times (8 \text{ sati}) = 16$ sati. Ukupno opterećenje za predmet: $6 \times 30 = 180$ sati, Dopunski rad za pripremu ispita u popravnom ispitnom roku, uključujući i polaganje popravnog ispita od 0 - 30 sati. Struktura opterećenja: 128 sati (nastava) + 16 sati (priprema) + 30 sati (dopunski rad).
Literatura	1. Panayides, Ph. 2001. Professional Ship Management: Marketing and Strategy. Ashgate Pub. Ltd., ISBN-10: 0754614891, ISBN-13: 978-0754614890. 2. Plomaritou, E. 2008. Marketing of Shipping Companies: A Tool for Improvement of Chartering Policy. Stamoulis Publications S.A. ISBN-10: 9603517305, ISBN-13: 978-9603517306. 3. Branch, A. 1998. Maritime Economics: Management and Marketing 3rd Edition. Routledge; 3 edition, ISBN-10: 0748739866, ISBN-13: 978-0748739868. 4. Kotler, Ph, Keller, K. (2006). Marketing menadžment, 12 izdanje, Data Status, Beograd. ISBN - 9788674780138. 5. Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2017). Marketing 4.0: Moving from traditional to digital, Hoboken, New Jersey : Wiley. 6. Kotler, Philip, and Kevin Lane Keller. (2016) Marketing Management. 15 [edition]. Boston: Pearson. ISBN 10: 1-292-09262-9
Oblici provjere znanja i ocjenjivanje	1. I kolokvijum, od 0 do 25 poena; 2. II kolokvijum, od 0 do 25 poena; 3. Prisutnost predavanjima i vježbama do 5 poena; 4. Tačno urađeni seminarski rad do 10 poena; 5. Završni ispit, od 0 do 35 poena; Prelazna ocjena se dobija ako se kumulativno sakupi najmanje 50 poena.
Posebne naznake za predmet	
Napomena	
Ishodi učenja	Ishodi učenja: 1. Razlikovati faze u razvoju marketinga u pomorstvu. 2. Identifikovati organizacione forme pomorskog tržišta. 3. Opisati proces istraživanja pomorskog tržišta i marketing informacioni sistem. 4. Definisati marketing politiku, marketing strategiju i proces upravljanja marketingom brodarskih preduzeća i morskih luka. 5. Analizirati proizvod, cijenu, kanale marketinga, integrisane marketinške komunikacije kao instrumente marketinga u pomorstvu.