

Mašinski fakultet / Drumski saobraćaj (2017) - Modul: Saobraćaj / MARKETING U SAOBRĀCAJU

Uslovjenost drugim predmetima	Nema uslovjenosti
Ciljevi izučavanja predmeta	da studenti ovladaju znanjima iz oblasti marketinga sa posebnim naglaskom na specifičnosti organizacija u oblasti saobraćaja kao i da ta znanja uspješno primijene na realnim objektima na kojima vrše istraživanja. Studenti treba da steknu znanja i iskustvo u područjima: analiza tržišta, izrada i implementacija marketing plana i strategije, primjena znanja i donošenju marketing odluka, upravljanje rizikom i integrisanom marketing komunikacijom i drugo.
Ime i prezime nastavnika i saradnika	Prof. dr Aleksandar Vujović
Metod nastave i savladanja gradiva	Predavanja, vježbe, seminarski radovi, kolokvijumi, konsultacije.
I nedjelja, pred.	Uvod u marketing (opsti pojmovi, terminologija, definicije, trendovi, primjena i znacaj)
I nedjelja, vježbe	Uvod u marketing (opsti pojmovi, terminologija, definicije, trendovi, primjena i znacaj)
II nedjelja, pred.	Marketing organizacije u oblasti saobraćaja (specifičnosti, značaj, trendovi i drugo)- primjeri
II nedjelja, vježbe	Marketing organizacije u oblasti saobraćaja (specifičnosti, značaj, trendovi i drugo)-primjeri iz prakse, analiza
III nedjelja, pred.	Diferenciranje proizvoda organizacija u oblasti saobraćaja, organizacioni ciljevi, misija i vizija. Primjer identifikacije novog proizvoda
III nedjelja, vježbe	Diferenciranje proizvoda organizacija u oblasti saobraćaja, organizacioni ciljevi, misija i vizija - primjeri, prezentacije, razgovor
IV nedjelja, pred.	Ponasanje i razumijevanje potrosaca i upravljanje odnosima sa korisnikom. Primjer izrade percepcijske mape
IV nedjelja, vježbe	Priprema za kolokvijum-prezentacije
V nedjelja, pred.	Kolokvijum 1
V nedjelja, vježbe	Kolokvijum 1-analiza
VI nedjelja, pred.	Metode i tehnike u funkciji poboljsavanja marketinga
VI nedjelja, vježbe	Primjeri primjene metoda i tehnika u realnim uslovima na izabranom primjeru
VII nedjelja, pred.	Baze podataka i menadzment znanjem u funkciji marketinga,
VII nedjelja, vježbe	Baze podataka i menadzment znanjem u funkciji marketinga,
VIII nedjelja, pred.	Odlučivanje i sistemi za podršku
VIII nedjelja, vježbe	MS Access, expert sistemi, AHP primjer
IX nedjelja, pred.	Istraživanje i analiza tržista u oblasti saobraćaja (korisnici, konkurenčija i potencijal tržišta, marketing okruženje, trendovi i primjena teorije predviđanja)
IX nedjelja, vježbe	Marketing mix – marketing varijable (tradicionalno shvatanje, moderno shvatanje, primjeri, strategije). Marketing plan i strategija (faze, izrada, specificnosti, ciljevi, primjeri)
X nedjelja, pred.	Izrada marketing plana za realne uslove
X nedjelja, vježbe	Izrada marketing plana za realne uslove
XI nedjelja, pred.	Upravljanje rizikom u marketingu u saobraćaju (primjena standarda i metoda i tehnika u oblasti upravljanja rizikom). Biznis planiranje. Primjer
XI nedjelja, vježbe	Upravljanje rizikom u marketingu u saobraćaju (primjena standarda i metoda i tehnika u oblasti upravljanja rizikom). Prelomna tacka rentabiliteta. Primjer
XII nedjelja, pred.	Integrirana marketing komunikacija, standardi i odnosi sa javnošću
XII nedjelja, vježbe	Integrirana marketing komunikacija, standardi i odnosi sa javnošću
XIII nedjelja, pred.	Informacioni sistemi u marketingu, e marketing i primjena u oblasti saobraćaja
XIII nedjelja, vježbe	Internacionalni marketing sa aspekta organizacija u oblasti saobraćaja. Razvoj fizibiliti studije. Biznis planiranje-primjer
XIV nedjelja, pred.	II kolokvijum
XIV nedjelja, vježbe	Analiza II kolokvijuma
XV nedjelja, pred.	Popravni kolokvijumi

XV nedjelja, vježbe	Popravni kolokvijumi
Obaveze studenta u toku nastave	Studenti su obavezni da pohađaju nastavu, rade vježbe i seminarske radove, polažu kolokvijume i završni ispit
Konsultacije	Svakog radnog dana u terminima radnog vremena u kabinetu 401 kod predmetnog nastavnika
Opterećenje studenta u casovima	nedjeljno Predavanja: 2 sata predavanja Vježbe: 1 sat vježbi Ostale nastavne aktivnosti: Individualni rad studenata: 2 sata samostalnog rada i : konsultacija Struktura 3.75 kredita x 40/30 =5 sa u semestru Nastava i završni ispit: 5sati x 16 nedjelja = 80 sati Neophodne pripreme (administracija, upis, ovjera prije početka semestra): 2 x 5 sati = 10 sati Ukupno opterećenje za predmet : 3.75 x 30 = 112.5 sati Dopunski rad: 112.5 - (80+10) = 22.5 sati Struktura opterećenja: 80 sati (nastava)+10 sati (priprema) +22.5 sati (dopunski rad)
Literatura	Vujović, A., Marketing u saobraćaju, Mašinski fakultet Podgorica, 2014 Kotler, P., Keller, K. "Marketing Management", Prentice Hall, 2008. Mihailović, B., "Marketing menadžment", Obod Cetinje, 2003. Božić, V., «Ekonomija saobraćaja», Ekonomski fakultet u Beogradu, 2009 Maričić, B., «Ponašanje potrošača», Savremena administracija. Beograd. 2002. Krivokapić, Z., Sistem menadžmenta kvalitetom", Mašinski fakultet u Podgorici, 2010. Rice, C., «Razumijevanje potrošača», PS Grmeč, Beograd, 2001.
Oblici provjere znanja i ocjenjivanje	- Aktivnosti na nastavi i vježbama 0 - 10 poena - Dva kolokvijuma po 20 poena 0 - 40 poena - Završni ispit : 0 - 50 poena
Posebne naznake za predmet	
Napomena	
Ishodi učenja	Nakon što student završi ovaj ispit, biće u mogućnosti da: 1. prikupi informacije o potrebama potrošača na osnovu analize tržišta za potrebe izrade marketing plana, 2. primjenjuje metode i tehnike za potrebe poboljšavanja marketing strategije, 3. objasni elemente marketing miksa, 4. opiše i analizira mogućnosti primjene informacionih sistema u marketingu, 5. raspravlja kao član tima o pojedinim koracima u izradi marketing plana.