

ECTS KATALOG SA ISHODIMA UČENJA
Univerzitet Crne Gore

Ekonomski fakultet / Ekonomija, smjer Menadžment / MARKETING

| | | | | |
|---|---|-----------------|--------------------------|----------------------------|
| Naziv predmeta: | MARKETING | | | |
| Šifra predmeta | Status predmeta | Semestar | Broj ECTS kredita | Fond časova (P+V+L) |
| 23 | Obavezan | 5 | 7 | 4+2+0 |
| Studijski programi za koje se organizuje | Ekonomija, smjer Menadžment | | | |
| Uslovljenost drugim predmetima | Nema uslova za prijavljivanje i slušanje predmeta | | | |
| Ciljevi izučavanja predmeta | Osnovni cilj predmeta je da obrazuje studente da u uslovima savremene tržišne privrede ovladaju koncepcijom i logikom marketinga, kako sa teorijskog tako i sa aspekta praktične primjene. Namjera je da se studenti upoznaju sa principima savremenog marketinga i da razumiju njegovu ulogu u vremenu globalne ekonomije. Otuda, pored objašnjenja suštine marketing koncepta, odnosno uloge marketinga u savremenom dobu, disciplina obuhvata analizu aktuelnih marketing trendova, analizu tržišta kroz segmentaciju, ciljanje/targetiranje i pozicioniranje, analizu marketing istraživanja i ponašanja potrošača, kao i kreiranje marketing miksa u savremenim uslovima poslovanja. Dodatno, izučavanjem ovog predmeta studenti će steći vještine koje se odnose na kreiranje marketing strategije u savremenim uslovima. Pored navedenog, studenti imaju mogućnost da se upoznaju sa posebnom primjenom marketinga, odnosno savremenim marketing konceptima. Krajnji cilj je ovladavanje studenata principima, logikom i vještinama marketinga, odnosno nastojanje da se studenti osposobe da, na bazi stečenih znanja i vještina, primijene u organizacijama dugoročno održivu orijentaciju ka potrošačima. | | | |
| Ishodi učenja | <p>Nakon što student položi ovaj ispit, biće u mogućnosti da:</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Opiše ulogu marketing koncepta u savremenom poslovnom okruženju; <input type="checkbox"/> Diskutuje o savremenim promjenama u marketingu; <input type="checkbox"/> Razlikuje uticaj mikro i makro okruženja na marketing odlučivanje; <input type="checkbox"/> Sumira faze u procesu istraživanja i protumači rezultate marketing istraživanja; <input type="checkbox"/> Diskutuje o ključnim faktorima koji determinišu ponašanje potrošača; <input type="checkbox"/> Opiše elemente marketing miksa i diskutuje o njima; <input type="checkbox"/> Razlikuje identitetske elemente brenda; | | | |
| Ime i prezime nastavnika i saradnika | Prof. dr Boban Melović, redovni profesor | | | |
| Metod nastave i savladanja gradiva | Predavanja, vježbe, primjeri, seminarski radovi, diskusije | | | |
| Plan i program rada | | | | |
| Pripreme nedjelje | Priprema i upis semestra | | | |
| I nedjelja, pred. | Poslovna filozofija marketinga - marketing kao koncept | | | |
| I nedjelja, vježbe | Poslovna filozofija marketinga - marketing kao koncept | | | |
| II nedjelja, pred. | Nova era marketinga - savremene promjene u marketingu | | | |
| II nedjelja, vježbe | Nova era marketinga - savremene promjene u marketingu | | | |
| III nedjelja, pred. | Tržište i marketing - segmentacija, ciljanje/targetiranje i pozicioniranje | | | |
| III nedjelja, vježbe | Tržište i marketing - segmentacija, ciljanje/targetiranje i pozicioniranje | | | |
| IV nedjelja, pred. | Marketing okolina (okruženje) | | | |
| IV nedjelja, vježbe | Marketing okolina (okruženje) | | | |
| V nedjelja, pred. | Marketing istraživanja; Marketing informacioni sistem (MIS) | | | |
| V nedjelja, vježbe | Marketing istraživanja; Marketing informacioni sistem (MIS) | | | |
| VI nedjelja, pred. | Ponašanje potrošača | | | |
| VI nedjelja, vježbe | Ponašanje potrošača | | | |
| VII nedjelja, pred. | Analiza tržišta i marketing odlučivanje | | | |
| VII nedjelja, vježbe | Analiza tržišta i marketing odlučivanje | | | |
| VIII nedjelja, pred. | Marketing mix | | | |
| VIII nedjelja, vježbe | Marketing mix | | | |
| IX nedjelja, pred. | Proizvod kao instrument marketinga; Novi proizvod | | | |
| IX nedjelja, vježbe | Proizvod kao instrument marketinga; Novi proizvod | | | |
| X nedjelja, pred. | Cijena | | | |

ECTS KATALOG SA ISHODIMA UČENJA
Univerzitet Crne Gore

| | | | | | | |
|--|--|---|---|---|---|---------------------------|
| X nedjelja, vježbe | Cijena | | | | | |
| XI nedjelja, pred. | Kanali marketinga (distribucije) | | | | | |
| XI nedjelja, vježbe | Kanali marketinga (distribucije) | | | | | |
| XII nedjelja, pred. | Promocija - Integrisane marketing komunikacije | | | | | |
| XII nedjelja, vježbe | Promocija - Integrisane marketing komunikacije | | | | | |
| XIII nedjelja, pred. | Međunarodni (globalni) marketing. Tržišni aspekt nabavke i marketing. | | | | | |
| XIII nedjelja, vježbe | Međunarodni (globalni) marketing. Tržišni aspekt nabavke i marketing. | | | | | |
| XIV nedjelja, pred. | Brend menadžment | | | | | |
| XIV nedjelja, vježbe | Brend menadžment | | | | | |
| XV nedjelja, pred. | Trendovi u marketingu. Marketing i nova ekonomska paradigma. Najbolji slučajevi iz domaće i svjetske biznis prakse - case study analiza. | | | | | |
| XV nedjelja, vježbe | Trendovi u marketingu. Marketing i nova ekonomska paradigma. Najbolji slučajevi iz domaće i svjetske biznis prakse - case study analiza. | | | | | |
| Opterećenje studenta | 7 kredita x 40/30 = 9,30 Struktura: 4 sata za predavanja 2 sata za vježbe 3,30 samostalnog rada, uključujući konsultacije u semestru Ukupno opterećenje za predmet: 7 x 30 = 210 Struktura: Nastava i završni ispit: 9,30 x 16 = 148,8 Neophodne pripreme prije početka semestra (administracija, upis, ovjera): 9,30 x 2 = 18,6 Dopunski rad za pripremu i polaganje ispita u popravnom roku: 42,6 | | | | | |
| Nedjeljno | U toku semestra | | | | | |
| 7 kredita x 40/30=9 sati i 20 minuta 4 sat(a) teorijskog predavanja 0 sat(a) praktičnog predavanja 2 vježbi 3 sat(a) i 20 minuta samostalnog rada, uključujući i konsultacije | Nastava i završni ispit: 9 sati i 20 minuta x 16 =149 sati i 20 minuta Neophodna priprema prije početka semestra (administracija, upis, ovjera): 9 sati i 20 minuta x 2 =18 sati i 40 minuta Ukupno opterećenje za predmet: 7 x 30=210 sati Dopunski rad za pripremu ispita u popravnom ispitnom roku, uključujući i polaganje popavnog ispita od 0 do 30 sati (preostalo vrijeme od prve dvije stavke do ukupnog opterećenja za predmet) 42 sati i 0 minuta Struktura opterećenja: 149 sati i 20 minuta (nastava), 18 sati i 40 minuta (priprema), 42 sati i 0 minuta (dopunski rad) | | | | | |
| Obaveze studenta u toku nastave | Studenti su obavezni da redovno prisustvuju nastavi i učestvuju u aktivnostima tokom nastavnog procesa - kolokvijum, praktične radionice, diskusije, završni ispit. | | | | | |
| Konsultacije | U terminu dostupnom na sajtu fakulteta. | | | | | |
| Literatura | □ Mihailović, B., (2013), Marketing, odabrani djelovi, CPI, Podgorica. □ Melović, B., Pavičić, J., Gnjidić, V., Drašković N., (2019), Strategijski marketing, odabrani djelovi, Ekonomski fakultet Podgorica, Ekonomski fakultet Zagreb. □ Kotler et al., (2016), Principi marketinga, odabrani djelovi, MATE, Beograd. □ Kotler, Ph., Keller, K. L. Marketing Management, odabrani djelovi, Pearson, 2015. □ Materijal sa časova predavanja (autorizovana predavanja) - odabrani djelovi savremene literature iz oblasti marketinga. | | | | | |
| Oblici provjere znanja i ocjenjivanje | Pravila ocjenjivanja na predmetu su usaglašena sa Pravilima studiranja na osnovnim studijama, propisanim od strane Univerziteta Crne Gore (opširnije vidjeti na www.ucg.ac.me). Struktura ocjene formira se na bazi sljedećih elemenata: 1. Kolokvijum (50 poena) 2. Završni ispit (50 poena) Ukupno 100 poena Da bi položio ispit student treba da prikupi kumulativno minimum 50 poena kroz ponuđene oblike aktivnosti. | | | | | |
| Posebne naznake za predmet | - | | | | | |
| Napomena | - | | | | | |
| Ocjena: | F | E | D | C | B | A |
| Broj poena | manje od 50 poena | više ili jednako 50 poena i manje od 60 poena | više ili jednako 60 poena i manje od 70 poena | više ili jednako 70 poena i manje od 80 poena | više ili jednako 80 poena i manje od 90 poena | više ili jednako 90 poena |