

ECTS KATALOG SA ISHODIMA UČENJA
Univerzitet Crne Gore

Ekonomski fakultet / Studije menadžmenta, smjer Finansije i računovodstvo / OSNOVE MARKETINGA

Naziv predmeta:	OSNOVE MARKETINGA			
Šifra predmeta	Status predmeta	Semestar	Broj ECTS kredita	Fond časova (P+V+L)
2869	Obavezan	2	8	2+4+0
Studijski programi za koje se organizuje	Studije menadžmenta, smjer Finansije i računovodstvo			
Uslovljenost drugim predmetima				
Ciljevi izučavanja predmeta	Da se studentni upoznaju sa teorijom i praksom savremenog marketinga; Da se pripreme za rješavanje praktičnih problema u preduzećima.			
Ishodi učenja	Nakon što student položi ovaj ispit, biće u mogućnosti da: <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 funkcije marketing menadžmenta i diskutuje o njima;			
Ime i prezime nastavnika i saradnika	Prof. dr Boban Melović, redovni profesor; Dr Vladimir Đuričić, docent			
Metod nastave i savladanja gradiva	Nastavnik će prvo izložiti materiju, sa akcentom na najnovija dostignuća u ovoj oblasti, na vježbama će se izložiti studije slučaja. Studenti će imati seminarske radove i konsultacije.			
Plan i program rada				
Pripremne nedjelje	Priprema i upis semestra			
I nedjelja, pred.	Poslovna filozofija masovnog marketinga/ objašnjenje pojmova			
I nedjelja, vježbe	Poslovna filozofija masovnog marketinga/ Analiza slučaja			
II nedjelja, pred.	Nova era marketinga/ Isticanje prednosti			
II nedjelja, vježbe	Nova era marketinga/ Isticanje prednosti			
III nedjelja, pred.	Tržište i marketing/ Objašnjenje grafika			
III nedjelja, vježbe	Tržište i marketing/ Objašnjenje grafika			
IV nedjelja, pred.	Marketing okolina/ Analiza strukture			
IV nedjelja, vježbe	Marketing okolina/ Analiza strukture			
V nedjelja, pred.	Marketing istraživanja, MIS			
V nedjelja, vježbe	Marketing istraživanja, MIS/ Analiza slučaja			
VI nedjelja, pred.	Ponašanje potrošača/ Analiza tržišta			
VI nedjelja, vježbe	Ponašanje potrošača/ Analiza tržišta			
VII nedjelja, pred.	I kolokvijum			
VII nedjelja, vježbe	I kolokvijum			
VIII nedjelja, pred.	Marketing MIX, Proizvod/ Demonstracija primjera			
VIII nedjelja, vježbe	Marketing MIX, Proizvod/ Demonstracija primjera			
IX nedjelja, pred.	Razvoj novog proizvoda. Analiza faza. Cijena/ Vježbanje primjera			
IX nedjelja, vježbe	Cijena/ Vježbanje primjera			
X nedjelja, pred.	Kanali marketinga			
X nedjelja, vježbe	Kanali marketing			
XI nedjelja, pred.	Promocija			
XI nedjelja, vježbe	Promocija			
XII nedjelja, pred.	Marketing planiranje/ prikaz modela			
XII nedjelja, vježbe	Marketing planiranje/ prikaz modela			
XIII nedjelja, pred.	Organizovanje i kontrola marketinga/ Primjer			

ECTS KATALOG SA ISHODIMA UČENJA
Univerzitet Crne Gore

XIII nedjelja, vježbe	Organizovanje i kontrola marketinga/ Primjer					
XIV nedjelja, pred.	Međunarodni marketing/ Nabavka					
XIV nedjelja, vježbe	Međunarodni marketing/ Nabavka					
XV nedjelja, pred.	II Kolokvijum					
XV nedjelja, vježbe	II kolokvijum					
Opterećenje studenta	nedjeljno 8 kredita x 40/30 = 10,67 sati Struktura: 2 sata za predavanja 4 sata za vježbe 4,67 sati samostalnog rada, uključujući konsultacije. u semestru Ukupno opterećenje za predmet: 8x30 = 240 sati Struktura: Nastava i završni ispit: 10,67x16nedjelja = 170,72 sata Neophodne pripreme prije početka semestra (administracija, upis, ovjera): 10,67x2= 21,34 sata. Dopunski rad za pripremu i polaganje ispita u popravnom roku: 47,94 sata.					
Nedjeljno	U toku semestra					
8 kredita x 40/30=10 sati i 40 minuta 2 sat(a) teorijskog predavanja 0 sat(a) praktičnog predavanja 4 vježbi 4 sat(a) i 40 minuta samostalnog rada, uključujući i konsultacije	Nastava i završni ispit: 10 sati i 40 minuta x 16 =170 sati i 40 minuta Neophodna priprema prije početka semestra (administracija, upis, ovjera): 10 sati i 40 minuta x 2 =21 sati i 20 minuta Ukupno opterećenje za predmet: 8 x 30=240 sati Dopunski rad za pripremu ispita u popravnom ispitnom roku, uključujući i polaganje popravnog ispita od 0 do 30 sati (preostalo vrijeme od prve dvije stavke do ukupnog opterećenja za predmet) 48 sati i 0 minuta Struktura opterećenja: 170 sati i 40 minuta (nastava), 21 sati i 20 minuta (priprema), 48 sati i 0 minuta (dopunski rad)					
Obaveze studenta u toku nastave	Dva kolokvijuma					
Konsultacije	Poslije predavanja (vježbi) i po dogovoru sa profesorom i asistentom					
Literatura	Prof. dr Božo Mihailović: Osnovi marketinga, CPI, Podgorica, 2013. T. Hult and oth.: Marketing, 16th ed., South-Western, 2012. Material from lectures and exercises					
Oblici provjere znanja i ocjenjivanje	Kolokvijum 30 poena (x2)=60 Poena, Aktivnost na času do 10 poena; Završni ispit 30 poena					
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