

Ekonomski fakultet / Ekonomija (model studija 3+2+3) / METRIKA MARKETINGA

Naziv predmeta:	METRIKA MARKETINGA			
Šifra predmeta	Status predmeta	Semestar	Broj ECTS kredita	Fond časova (P+V+L)
10816	Obavezan	1	8	2+0+0
Studijski programi za koje se organizuje	Ekonomija (model studija 3+2+3)			
Uslovljenost drugim predmetima	Nema uslova za prijavljivanje i slušanje predmeta.			
Ciljevi izučavanja predmeta	Cilj predmeta je da studenti ovladaju integralno metrikama marketinga, koristeći statističke i matematičke metode u analizi podataka i problema u savremenom marketingu. Na taj način studenti će biti u mogućnosti da upotrebljavaju metrike marketinga i doprinesu efikasnosti i uspjehnosti marketing odlučivanja.			
Ishodi učenja	Po završetku ovog predmeta, student će moći da: □ Objasni proces i sprovede analizu za različite grupe metrika marketinga; □ Rangira i uporedi statističke i matematičke metode u analizi podataka i problema u savremenom marketingu; □ Objasni savremene trendove u okviru instrumenata marketing metrike i sudi o njihovom uticaju na marketing odlučivanje; □ Ocjenjuje i izvodi zaključke na bazi rezultata dobijenih primjenom instrumenata marketing metrike; □ Samostalno sprovodi metričku analizu zasnovanu na empirijskim podacima i zaključuje na bazi dobijenih rezultata; □ Uporedi različite metode za kvalitativno i kvantitativno istraživanje i praktično testira primjenu metrika marketinga; □ Preporuči mjere i aktivnosti za unapređenje efikasnosti i uspjehnosti marketing odlučivanja.			
Ime i prezime nastavnika i saradnika	Prof. dr Boban Melović, redovni profesor			
Metod nastave i savladanja gradiva	Predavanja, test, istraživački rad, izrada projekta – praktičnog rada, rješavanje poslovnih problema, polaganje završnog ispita.			
Plan i program rada				
Pripremne nedjelje	Priprema i upis semestra			
I nedjelja, pred.	Uloga metrika u savremenom marketing odlučivanju			
I nedjelja, vježbe				
II nedjelja, pred.	Finansijski pokazatelji kao instrument marketing odlučivanja			
II nedjelja, vježbe				
III nedjelja, pred.	Savremena kategorizacija marketing troškova			
III nedjelja, vježbe				
IV nedjelja, pred.	Aktuelne metode tržišnih predviđanja			
IV nedjelja, vježbe				
V nedjelja, pred.	Tržišne metrike: tražnja, tržišni rast, tržišno učešće			
V nedjelja, vježbe				
VI nedjelja, pred.	Tržišne metrike: relativno tržišno učešće, zasićenost tržišta			
VI nedjelja, vježbe				
VII nedjelja, pred.	Isporučena vrijednost kao mjerilo uspjehnosti novog proizvoda			
VII nedjelja, vježbe				
VIII nedjelja, pred.	Očekivana dobit kao pokazatelj uspjehnosti novog proizvoda			
VIII nedjelja, vježbe				
IX nedjelja, pred.	Proces mjerenja brzine prihvatanja novog proizvoda			
IX nedjelja, vježbe				
X nedjelja, pred.	Savremeni pristupi formiranja prodajnih cijena			
X nedjelja, vježbe				
XI nedjelja, pred.	Promotivne strategije bazirane na cijenama proizvoda/usluga			
XI nedjelja, vježbe				
XII nedjelja, pred.	Napredne metrike vezane za prodaju i distribuciju			

XII nedjelja, vježbe						
XIII nedjelja, pred.	Kvantifikovanje efekata od promotivnih aktivnosti u kompanijama					
XIII nedjelja, vježbe						
XIV nedjelja, pred.	Marketing istraživanje kao metod utvrđivanja zadovoljstva potrošača					
XIV nedjelja, vježbe						
XV nedjelja, pred.	Proces marketing odlučivanja na osnovu stope zadržavanja/gubljenja potrošača					
XV nedjelja, vježbe						
Opterećenje studenta	Nedjeljno 8 kredita x 40/30 = 10 sati 40 minuta Struktura: 2 sata i 15 minuta za predavanja 1 sat i 30 minuta za vježbe 6 sati i 55 minuta samostalnog rada studenta, uključujući i konsultacije. U semestru Ukupno opterećenje za predmet 8 x 30 = 240 sati Struktura: Nastava i završni ispit: 10 sati 40 min x 16 nedelja= 170 sati 40 min Neophodne pripreme prije početka semestra (administracija, upis, ovjera): 10 sati 40 min x 2 = 21 sat 20 minuta. Dopunski rad za pripremu i polaganje ispita u popravnom roku: 48 sati.					
Nedjeljno	U toku semestra					
8 kredita x 40/30=10 sati i 40 minuta 2 sat(a) teorijskog predavanja 0 sat(a) praktičnog predavanja 0 vježbi 8 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	Predavanja, test, istraživački rad, izrada projekta – praktičnog rada, rješavanje poslovnih problema, polaganje zavšnog ispita					
Konsultacije	U terminu dostupnom na sajtu fakulteta.					
Literatura	□ Grabec Bruno, Meler Marcel, (2010), Metrika Marketinga, Ekonomski fakultet u Rijeci, 2010 □ Farris Paul, Neil Bendle i dr., (2015), Marketing Metrics: The Managers Guide to Measuring Marketing Performance, 3rd Edition, Pearson Education. □ Melović, B., Vukčević, M., & Čirović, D. (2020). Marketing metrics: knowledge and implementation by managers in Montenegro, Faculty of Economics Skoplje, St. Cyril and Methodius University in Skoplje. □ Melović, B., Dabić, M., Vukčević, M., Čirović, D., & Backović, T. (2021). Strategic business decision making: the use and relevance of marketing metrics and knowledge management. Journal of Knowledge Management					
Oblici provjere znanja i ocjenjivanje	Pravila ocjenjivanja na predmetu su usaglašena sa Pravilima doktorskih studija, propisanim od strane Univerziteta Crne Gore (opširnije vidjeti na www.ucg.ac.me). Struktura ocjene formira se na bazi sljedećih elemenata: 1. Predispitne aktivnosti (test – 20 i istraživački rad - 30) (50 poena) 2. Završni ispit – empirijsko istraživanje (50 poena) Ukupno 100 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