

## Спецификација предмета за књигу предмета

<b>Студијски програм</b>		Економија и бизнис		
<b>Изборно подручје (модул)</b>		заједнички		
<b>Врста и ниво студија</b>		основне струковне студије		
<b>Назив предмета</b>		<b>Принципи маркетинга - 223</b>		
<b>Наставник (за предавања)</b>		Бешлин Ферух И. Марија,		
<b>Наставник/сарадник (за вежбе)</b>				
<b>Наставник/сарадник (за ДОН)</b>				
<b>Број ЕСПБ</b>		7	<b>Статус предмета (обавезни/изборни)</b>	Обавезни
<b>Услов</b>	Одслушана настава из структуре заједничких предмета трећег семестра.			
<b>Циљ предмета</b>	Основна сврха и циљ изучавања овог наставног предмета јесте детаљније упознавање и боље разумевање улоге маркетинга у модерном бизнису. Студенти изучавају како функционише систем размене у модерном бизнису и како могу бити коришћени принципи маркетинга и маркетиншки стратешки обрасци за обезбеђење опстанка и развоја фирме у савременом динамичном окружењу. Они изучавају како могу бити интегрисане истраживачке методе и технике са кључним маркетиншким концептима и исходима ради унапређења тржишне и развојне позиције фирме и осигурања дугорочно одрживе диференцијалне предности.			
<b>Исход предмета</b>	Знања стечена у оквиру овог предмета креирају одговарајућу основу за даље изучавање маркетинга у појединачним подручјима.			
<b>Садржај предмета</b>				
<b>Теоријска настава</b>	Маркетинг у динамичном окружењу. Концепт маркетинга. Улога маркетинга у модерном бизнису. Маркетинг микс (варијабиле маркетинга). Маркетиншко окружење (варијабиле окружења). Куповно понашање муштерија. Сатисфакција и лојалност муштерија. Куповно понашање индивидуалних потрошача. Куповно понашање организационих купаца. Управљање односима са муштеријама.			
<b>Практична настава (вежбе, ДОН, студијски истраживачки рад)</b>	Разматрање животног циклуса производа на различитим примерима; Како постићи ефективну комбинацију елемената маркетинг микса? Анализа интегрисаних маркетиншких комуникација са аспекта различитих фаза животног циклуса производа; Примена интернета као средства комуникације у глобалном окружењу (анализа на примерима светских компанија); Пројекат: истраживање степена примене нових технологија на тржишту Србије.			
<b>Литература</b>				
	1	Дашић Горан, Принципи маркетинга - интерна скрипта, ВПШ чачак 2016		
	2	Ph.Kotler, Principles of marketing, Pearson		
	3	D. Jobber, Principles and Practice of Marketing, McGraw Hill Book Company, 1995. i kasnija izdanja;		
	4			
	5			
<b>Број часова активне наставе недељно током семестра/триместра/године</b>				
<b>Предавања</b>	<b>Вежбе</b>	<b>ДОН</b>	<b>Студијски истраживачки рад</b>	<b>Остали часови</b>
4	2	0	0	0
<b>Методје извођења наставе</b>	Екс катедра; интерактивни метод; анализа случајева из праксе			
<b>Оцена знања (максимални број поена 100)</b>				
<b>Предиспитне обавезе</b>	<b>поена: 60</b>	<b>Завршни испит</b>		<b>поена: 40</b>
<b>активност у току предавања</b>	15	<b>писмени испит</b>		30
<b>практична настава</b>	10	<b>усмени испит</b>		10
<b>колоквијуми</b>	15			
<b>семинари</b>	20			