

Спецификација предмета за књигу предмета

Студијски програм		Економија услуга		
Изборно подручје (модул)				
Врста и ниво студија		Мастер струковне студије		
Назив предмета		Директи и интернет маркетинг - 705		
Наставник (за предавања)		Дашић М. Горан		
Наставник/сарадник (за вежбе)				
Наставник/сарадник (за ДОН)				
Број ЕСПБ		9	Статус предмета (обавезни/изборни)	обавезни
Услов				
Циљ предмета		Анализом теоријских сазнања о савременим подручјима маркетинга и стицањем и развијањем вештина примене стечених знања, пре свега у фазама планирања и апликације, оспособити студенте за практичну примену маркетинг активности у реалним системима.		
Исход предмета		Студенти имају довољан ниво теоријских и практичних знања из области примене савремених облика маркетинга у мери која је потребна да се могу укључити у рад реалних система. Оспособљени су за израду планова маркетинг активности у области директног и интернет маркетинга, као и за примену апликативних информационих система који подржавају ове активности.		
Садржај предмета				
Теоријска настава		<p>Управљање маркетингом: Стратегијско планирање маркетинга, Глобализација тржишта и глобална маркетинг стратегија, Истраживање за избор маркетинг могућности.</p> <p>Директни маркетинг: Основе директног маркетинга, Циљеви и функције директног маркетинга, Маркетинг заснован на базама података, Карактеристике директног маркетинга, Инструменти директног маркетинга, Предности и недостаци директног маркетинга.</p> <p>Интернет маркетинг: Стратегије интернет маркетинга, 4C/WISE модел, Инструменти маркетинг-микса на интернету, Карактеристике интернет маркетинга.</p>		
Практична настава (вежбе, ДОН, студијски истраживачки рад)		Анализа случаја практичне примене савремених облика маркетинг активности. Израда плана маркетинг активности за примену директног и интернет маркетинга.		
Литература				
1 Kotler Ph, Keller K. L: <i>Маркетинг менаџмент</i> , Дата статус, Нови Сад, 2006.				
2 E. Nash, <i>Direct Marketing: Strategy, Planning, Execution</i> , 4 th Edition, McGraw-Hill, New York, 2000.				
3 Котлер Ф.: <i>Маркетинг од А до З</i> , Адигес, Нови Сад, 2006.				
4 Ђуричин Д. и др.: <i>Менаџмент и стратегија</i> , Економски факултет, Београд, 2006.				
5 Ристић К.: <i>Маркетинг, ЕтноСтил</i> , Београд, 2014.				
Број часова активне наставе недељно током семестра/триместра/године				
Предавања	Вежбе	ДОН	Студијски истраживачки рад	Остали часови
3	3	0	0	0
Методе извођења наставе		Вербалне (Предавања уз коришћење рачунара, пројектора и презентација, методе проблемских излагања, методе аналогја, групне дискусије и сл.), визуелне (анализа графичке и писане документације, анализе карактеристичних случајева), консултативно – инструктивна настава, излагање и групна анализа семинарских радова, текстуалне и графички илустроване методе уз примену видео презентација.		
Оцена знања (максимални број поена 100)				
Предиспитне обавезе	поена	Завршни испит		поена
активност у току предавања	10	писмени испит		25
практична настава	15	усмени испит		20
колоквијуми	20			
семинари	10			