

<b>Naziv predmeta</b>	UPRAVLJANJE MARKETINGOM					
<b>Skraćeni naziv</b>	<b>Status</b>	<b>Semestar</b>	<b>ECTS</b>	<b>Fond časova (P+A+L)</b>		
E-UPM	obavezan	5.	6	2	2	
<b>Šifra predmeta</b>	E-UPM					
<b>Vrsta i nivo studija, studijski program:</b> Akademске studije prvog ciklusa studija; Studijski program ekonomske nauke						
<b>Uslovljenost drugim predmetima:</b> Nema uslova prijavljivanja i slušanja predmeta.						
<b>Ciljevi izučavanja predmeta:</b> Ciljevi izučavanja predmeta jesu da se steknu specijalizovana znanja iz sfere upravljanja marketing aktivnostima u organizacijama i njihova koordinacija sa ostalim poslovnim funkcijama u svrhu ostvarivanja efektivnosti i tržišne prepoznatljivosti. Sticanje sposobnosti za identifikovanje osnovnih trendova u razvoju marketinga, analiziranje ponašanja potrošača u procesu kupovine proizvoda i usluga, analiziranje osnovnih elemenata strategije razvoja dugoročnih odnosa sa potrošačima i upoznavanje sa specifičnostima inovacija marketinga.						
<b>Ime i prezime nastavnika i saradnika:</b>						
<b>Metod nastave i savladavanje gradiva:</b> Nastava se izvodi u obliku predavanja i vježbi na računaru. Učenje, testovi, domaći radovi, seminarski rad i konsultacije.						
<b>Sadržaj predmeta po sedmicama:</b>						
1.	Strateško upravljanje marketingom					
2.	Shvatanje zadovoljstva kupaca					
3.	Osvajanje tržišta kroz tržišno orijentisano strateško planiranje					
4.	Upravljanje markentiškim informacijama					
5.	Analiza marketing okruženja					
6.	Diferenciranje i pozicioniranje tržišne ponude					
7.	Upravljanje proizvodom					
8.	Marketing strategije za lidere, sljedbenike, izazivače i tamponere					
9.	Prvi test					
10.	Upravljanje uslugama					
11.	Kreiranje strategija i programa cijena					
12.	Upravljanje kanalima marketinga					
13.	Upravljanje integrisanim marketing komunikacijama (IMK)					
14.	Upravljanje direktnim i online marketingom					
15.	Upravljanje marketing naporima					
16.	Kontrola u upravljanju marketingom					
17.	Drugi test					
<b>Opterećenje studenta po predmetu:</b>						
Nedjeljno:			<b>U semestru:</b>			
Kreditni koeficijent			<b>Ukupno opterećenje za predmet:</b>			
6/30=0,2			6 kredita x 30 sati/kreditu=180 sati			
Nedjeljno opterećenje:			Aktivna nastava: 4 x15= 60 sati predavanja i vježbi,			
= 0,2 x 40 sati			<b>Kontinualna provjera znanja: 10 sati</b>			
= 8 sati			<b>Završna provjera znanja: 5 sati</b>			
			<b>Samostalan rad: učenje, seminarski, konsultacije 90 sati</b>			
<b>Obaveze studenta:</b> Studenti su obavezni da: pohađaju nastavu, urade domaće radove, seminarski rad i testove, da rade kolokvije i posjećuju konsultacije.						
<b>Literatura:</b> Kotler, F. (2008). Upravljanje marketingom. Mate. Zagreb.; Babić-Hodović, V. (2006). Marketing menadžment. Praktikum. Ekonomski fakultet.						
<b>Oblici provjere znanja i ocjenjivanje:</b> Redovno prisustvo nastavi donosi do 10 bodova, kolokvijumi, testovi donose do 30 bodova (2x15), domaći radovi i seminarski rad donosi do 10 bodova, završni ispit donosi do 50 bodova. Prolazna ocjena se dobije ako se sakupi 55 ili više bodova.						
<b>Posebna napomena za predmet:</b> Nema						