|  |
| --- |
| **ВИСОКА ПОСЛОВНА ШКОЛА СТРУКОВНИХ СТУДИЈА НОВИ САД** |
| **Школска година и семестар** | 2016/2017. |
| **Студијски програм**  | ПРЕДУЗЕТНИЧКИ БИЗНИС |
| **Назив предмета** | **ТРЖИШНО ПОСЛОВАЊЕ** |
| **Наставник** | ДР ДРАГОЉУБ ЈОВИЧИЋ |
| **Aсистент** | АНА СПАСОЈЕВИЋ |
| **Статус предмета** | обавезни |
| **Број ЕСПБ** | 3+2 (6) |
|  |  |
| **Циљ предмета:**Омогућити студентима разумевање неопходности постојања тржишне логике пословања у предузећима и утицај исте на битна подручја пословне активности. Студенти треба да стекну теоријска и практична знања из области маркетинга како би били у стању да планирају и имплементирају маркетинг у предузећу. Студенти се оспособљавају за самостално и тимско решавање маркетинг проблема у савременим условима пословања. |
| **Исход предмета:**Савладавањем овог предмета студенти ће стећи следеће компетенције: темељно познавање и разумевање тржишне оријентације предузећа, способност решавања конкретних маркетинг проблема уз употребу савремених маркетинг метода и поступака, способност повезивања и примену основних знања из области менаџмента, психологије и финансија, способност праћења и примене нових тенденција у струци, способност развоја вештина и спремности у употреби знања у подручју тржишног пословања. |
| **Садржај предмета:** |
| **ПЛАН И ПРОГРАМ РАДА** |
| **Недеља** | **Наставна јединица** |
| **1.** | ОСНОВЕ МАРКЕТИНГ КОНЦЕПТА  |
| **2.** | УПРАВЉАЊЕ МАРКЕТИНГ ИНФОРМАЦИЈАМА |
| **3.** | ГЛОБАЛНО МАРКЕТИНГ ОКРУЖЕЊЕ |
| **4.** | СНИМАЊЕ МАРКЕТИНГ ОКРУЖЕЊА |
| **5.** | АНАЛИЗИРАЊЕ ПОТРОШАЧКОГ И ПОСЛОВНОГ ТРЖИШТА |
| **6.** | АНАЛИЗИРАЊЕ КОНКУРЕНЦИЈЕ |
| **7.** | ИДЕНТИФИКОВАЊЕ ТРЖИШНИХ СЕГМЕНАТА |
| **8.** | ИЗБОР ЦИЉНИХ СЕГМЕНАТА |
| **9.** | ПРОИЗВОД: КОНЦЕПТ, СТРАТЕГИЈА, ТРЖИШНА МАРКА |
| **10.** | СТРАТЕГИЈА ФОРМИРАЊА ЦЕНА |
| **11.** | КРЕИРАЊЕ И ИМПЛЕМЕНТАЦИЈА МАРКЕТИНГ КАНАЛА |
| **12.** | ТРЖИШНО КОМУНИЦИРАЊЕ (ИМК) |
| **13.** | ИМПЛЕМЕНТАЦИЈА МАРКЕТИНГА |
| **14.** | МАРКЕТИНГ ПЛАН |
| **15.** | ПОСЛОВНО ПРЕГОВАРАЊЕ |
| **Литература** Јовичић Д., Сударов С., (2014) Савремено тржишно пословање,Алфа-граф, Нови СадJobber D., Fahy J., (2006) Основи маркетинга, Дата статус, Београд Kotler P., Lane K. K., (2006) Маркетинг менаџмент, Дата статус, Београд |
| **Број часова активне наставе** | **Теоријска настава:** 37,5 | **Практична настава: 37,5** |
| **Оцена знања (максимални број поена 100)** |
| **Предиспитне обавезе** | **45 поена** | **Завршни испит**  | **55 поена** |
| присуство на предавањима и вежбама | **5** | писмени испит |  |
| провера знања у току наставе (колоквијум-и) | **30** | усмени испит |  |
| остале активности и учешће студената у раду на предавањима и вежбама  | **10** |  |  |
| практичан рад: студија случаја | **-** |  |  |