

Табела 5.2 Спецификација предмета

Студијски програм/студијски програми: Економија				
Врста и ниво студија: дипломски (мастер) ниво				
Назив предмета: Маркетинг				
Наставник (Презиме, средње слово, име): Francoise C. Scardulla				
Статус предмета: обавезни предмет у 9. семестру (пред-мастер) мастер програма International Business Development				
Број ЕСПБ:		3 ЕСПБ		
Услов:		-		
Циљ предмета				
Циљ предмета Маркетинг је пружање студентима савремених маркетинг и менаџмент знања, концепата, инструмената, техника и метода и оспособљавање за њихову примену у пословној пракси. Примена стечених знања и вештина омогућиће будућим менаџерима ефикасно управљање различитим предузећима, организацијама и институцијама и обављање маркетинг активности у њима.				
Исход предмета				
Способности маркетинг планирања и организовања, имплементације савремених маркетинг техника и концепата, реализовања истраживања тржишта, креирања корпоративног имиџа и вредних марки, тржишног комуницирања, које су добар фундамент за примену интердисциплинарног приступа за бављење сложеном проблематиком маркетинга у пракси и решавање различитих пословних проблема.				
Садржај предмета				
<i>Теоријска настава</i>				
<i>Маркетинг концепт, маркетинг окружење, маркетинг информациони систем и маркетинг истраживања, креирање вредности и сатисфакција потрошача, управљање маркетингом - планирање маркетинг активности, организовање маркетинг активности, контрола маркетинг активности, маркетинг програм – производ, цена, дистрибуција, промоција.</i>				
<i>Практична настава: Вежбе, Други облици наставе, Студијски истраживачки рад</i>				
<i>Решавање примера из праксе, одбрана семинарских радова, дискусије</i>				
Литература				
Обавезна: - Момчило Милисављевић, Маркетинг , ЦИТ, Економски факултет Београд, 2004.				
- Kotler, Ph., Wong V., Saunders, J., Armstrong, G., Osnove marketinga , Mate, Zagreb, 2006.				
- Jobber David, Principles and Practice of Marketing , Mc-Graw Publishing Company, 2001; Допунска: - Станковић, Љ., Ђукић, С., Маркетинг истраживања – студије случаја , Економски факултет, Ниш, 2006.				
Број часова активне наставе				Остали часови
Предавања: 45	Вежбе: -	Други облици наставе: -	Студијски истраживачки рад: -	
Методe извођења наставе				
Предавања, решавање примера из праксе, одбрана семинарских радова, презентације, дискусије, појединачни и групни рад.				
Оцена знања (максимални број поена 100)				
Предиспитне обавезе	поена	Завршни испит		поена
активност у току предавања	20	писмени испит		
практична настава	-	усмени испт		50
колоквијум-и	15		
семинар-и	15			
Начин провере знања могу бити различити наведено у табели су само неке опције: (писмени испити, усмени испт, презентација пројекта, семинари итд.....				