

Одсек	Менаџмент	Студијски програм	Менаџмент и предузетништво
Наставни предмет	Маркетинг		
Шифра предмета		Година студија	1
Звање, име и презиме наставника	професор струковних студија, др Зорица Сагић		

Наста. тема	НАЗИВ НАСТАВНЕ ТЕМЕ
1	<b>Уводно предавање.</b> Дефинисање маркетинга. Више различитих значења маркетинга. Суштина маркетинг концепта. Еволуција маркетинг концепта.
2	<b>Креирање вредности и сатисфакција потрошача.</b> Орјентација на потрошаче. Креирање вредности за потрошаче. Испоручена вредност и сатисфакција потрошача. Вредност потрошача. Маркетинг односа са потрошачима.
3	<b>Управљање маркетингом у предузећу.</b> Планирање маркетинг активности. Дефинисање циљева маркетинг активности. Маркетинг стратегија. Имплементација и контрола маркетинг активности.
4	<b>Макромаркетинг окружење.</b> Природно окружење. Економско и конкурентско окружење. Социо – културно окружење. Демографско окружење. Наука и технологија.
5	<b>Микромаркетинг окружење.</b> Потрошачи. Конкуренција. Добављачи. Посредници (каналы продаје). Анализа ситуације (SWOT анализа).
6	<b>Маркетинг информациони систем и маркетинг истраживања.</b> Успостављање и стратегија МИС-а у предузећу. Процес маркетинг истраживања.
7	<b>Истраживање финалних потрошача.</b> Личне детерминанте потрошача. Интерперсонални фактори. Процес одлучивања потрошача.
8	<b>Пословно тржиште и понашање пословних купаца.</b> Специфичности пословног тржишта. Пословни купци. Карактеристике и врсте пословних купаца.
9	<b>Сегментација тржишта.</b> Основе за сегментацију. Таргетирање циљних тржишта. Позиционирање производа.
10	<b>Производ.</b> Концепт и класификовање производа. Квалитет производа. Дизајн и марка производа. Продајне услуге.
11	<b>Нови производ.</b> Поступак увођења нових производа. Концепт животног циклуса производа.
12	<b>Производни програм.</b> Димензије производног програма. Стратегије иновирања производног програма. Производни програм као извор раста и развоја предузећа.
13	<b>Цена.</b> Приступ доношењу одлука о ценама. Трошкови и цене. Тражња и цене. Конкуренција и цене.
14	<b>Дистрибуција.</b> Канали продаје као инструмент маркетинга. Избор канала продаје / дистрибуције.
15	<b>Интегрисане маркетинг комуникације.</b> Промоција. Привредна пропаганда. Унапређење продаје. Односи са јавношћу. Лична продаја. Директни маркетинг.