

Одсек	Економски одсек	Студијски програм	Рачуноводство и ревизија
Наставни предмет	Маркетинг		
Шифра предмета	83223	Година студија	1
Звање, име и презиме наставника	професор струковних студија, др Зорица Сагић		

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