

|  |   |  |   |                |   |                        |                         |
|--|---|--|---|----------------|---|------------------------|-------------------------|
|   | <b>УНИВЕРЗИТЕТ У ИСТОЧНОМ САРАЈЕВУ</b><br><b>ЕКОНОМСКИ ФАКУЛТЕТ БРЧКО</b>   |  |    |                |   |                        |                         |
|  | <i>Студијски програм: Економија</i><br><i>Одсек заједничких основа</i>  |  |   |                |   |                        |                         |
|  | Први циклус студија   | II година студија  |   |                |   |                        |                         |
| <b>Пун назив предмета</b>  | МАРКЕТИНГ   |  |   |                |   |                        |                         |
| <b>Катедра</b>   | Катедра за маркетинг и менаџмент – Економски факултет Брчко   |  |   |                |   |                        |                         |
| <b>Шифра предмета</b>  | <b>Статус предмета</b>  | <b>Семестар</b>  | <b>ECTS</b>   |                |   |                        |                         |
| 30-08-1-013  | Обавезни  | III  | 7   |                |   |                        |                         |
| <b>Наставник</b>   | Др Момчило Пољић, редовни професор  |  |   |                |   |                        |                         |
| <b>Сарадник</b>  | Мр Дејан Тешић, виши асистент   |  |   |                |   |                        |                         |
| <b>Фонд часова/ наставно оптерећење (седмично)</b>   |   | <b>Индивидуално оптерећење студента (у сатима семестрално)</b> |   |                | <b>Коефицијент студентског оптерећења S<sub>0</sub></b> |                        |                         |
| П  | АВ  | ЛВ   | П   | АВ             | ЛВ  | S <sub>0</sub>         |                         |
| 4  | 2   | 0  | 60  | 30             | 0   | S <sub>0П</sub> = 1,50 | S <sub>0АВ</sub> = 1,00 |
| укупно наставно оптерећење (у сатима, семестрално)<br>$X*15 + Y*15 + Z*15 = W$<br>$4*15 + 2*15 + 0 = 90 \text{ h}$   |   |  | укупно студентско оптерећење (у сатима, семестрално)<br>$X*15*S_0 + Y*15*S_0 + Z*15*S_0 = T$<br>$4*15*1,50 + 2*15*1,00 + 0 = 120 \text{ h}$ |                |   |                        |                         |
| Укупно оптерећење предмета (наставно + студентско): $W + T = U_{\text{opt}}$ сати семестрално<br>$90 \text{ h} + 120 \text{ h} = 210 \text{ h} = U_{\text{opt}}$ |   |  |   |                |   |                        |                         |
| <b>Исходи учења</b>  | Савладавањем овог предмета студенти ће бити способни да:<br>1. објасне шта се подразумејева под појмом маркетинг;<br>2. идентификују основне трендове у развоју маркетинга;<br>3. анализирају понашање потрошача у процесу куповине производа и услуга;<br>4. анализирају основне елементе стратегије развоја дугорочних односа с потрошачима и упознају специфичности иновација у маркетингу.  |  |   |                |   |                        |                         |
| <b>Условљеност</b>   | Нема условљености   |  |   |                |   |                        |                         |
| <b>Наставне методе</b>   | Предавања, вјежбе, студије случаја  |  |   |                |   |                        |                         |
| <b>Садржај предмета по седмицама</b>   | 1. Тржиште као полигон маркетинга. Главни сектори услуга и етичка разматрања<br>2. Развој производних снага и маркетинг концепт. Прилази дефинисању маркетинга. Процес одлучивања о куповини услуга<br>3. Еволуција маркетинг концепта. Оцјена задовољства корисника<br>4. Управљање маркетингом.<br>5. Електронско пословање у маркетингу<br>6. Приказ и анализа маркетинг окружења. маркетинг информациони систем и маркетинг истраживања.<br>7. Сегментација тржишта и селекционисање циљних тржишта.<br><b>8. Први колоквијум</b><br>9. Истраживање понашања потрошача. Истраживање конкуренције.<br>10. Производ – инструмент маркетинг микса.<br>11. Цијена – инструмент маркетинг микса.<br>12. Канали дистрибуције – инструмент маркетинг микса.<br>13. Промоција – инструмент маркетинг микса.<br>14. Директни маркетинг.<br><b>15. Други колоквијум</b> |  |   |                |   |                        |                         |
| <b>Обавезна литература</b>   |   |  |   |                |   |                        |                         |
| <b>Аутор/ и</b>  | <b>Назив публикације, издавач</b>   | <b>Година</b>  | <b>Странице (од-до)</b>   |                |   |                        |                         |
| Васиљев, С. и Трифуновић, Љ.   | Маркетинг, Економски факултет, Брчко  | 2012   | -   |                |   |                        |                         |
| <b>Допунска литература</b>   |   |  |   |                |   |                        |                         |
| <b>Аутор/ и</b>  | <b>Назив публикације, издавач</b>   | <b>Година</b>  | <b>Странице (од-до)</b>   |                |   |                        |                         |
| Милисављевић, М.   | Маркетинг, Савремена администрација, Београд,   | 1997   | -   |                |   |                        |                         |
| Kotler, P. et al.  | Principles of Marketing, Prentice Hall, New Jersey,   | 2013   | -   |                |   |                        |                         |
| <b>Обавезе, облици провјере знања</b>  | <b>Врста евалуације рада студента</b>   |  | <b>Бодови</b>   | <b>Процент</b> |   |                        |                         |
|  | Предиспитне обавезе   |  |   |                |   |                        |                         |
|  |   | присуство предавањима/ вјежбама                                | 4   | 4%             |   |                        |                         |

|                     |  |     |       |
|---------------------|--|-----|-------|
| <b>и оцјењивање</b> | први колоквијум  | 20  | 20%   |
|                     | други колоквијум   | 20  | 20%   |
|                     | семинарски рад   | 5   | 5%    |
|                     | активност на настави и вјежбама                          | 6   | 6%    |
|                     | Завршни испит  |     |       |
|                     | завршни испит (усмени/ писмени)                          | 45  | 45 %  |
|                     | УКУПНО   | 100 | 100 % |
| <b>Датум овјере</b> | 7. електронска сједница ННВ ЕФ Брчко, 20.12.2018. године |     |       |