



UNIVERZITET U ISTOČNOM SARAJEVU
EKONOMSKI FAKULTET BRČKO



Studijski
program:

EKONOMIJA
Smjer: Menadžment

Naziv predmeta	MARKETING USLUGA			
Katedra kojoj predmet pripada	Katedra za marketing i menadžment, Ekonomski fakultet Brčko			
Šifra predmeta	Status predmeta	Semestar	Fond časova	Broj ECTS bodova
MUS-4	Obavezni /izborni	VII	4+2	7
Nastavnik	Dr Dragan Vojinović, vanredni profesor			
Saradnik	Mr Dejan Tešić, viši asistent			
Uslovljenost drugim predmetima			Oblik uslovljenosti	
Nema uslovljenosti			-	
Ciljevi izučavanja predmeta:				
Upoznavanje studenata sa savremenim, teorijskim i praktičnim aspektima marketing usluga				
Ishodi učenja :				
Nakon završenih predavanja i vježbi i položenog ispita studenti će biti u mogućnosti da objasne šta se podrazumijeva pod pojmom usluga, identifikuju osnovne trendove u razvoju uslužnog sektora, analiziraju ponašanje potrošača u procesu kupovine usluga, analiziraju osnovne elemente strategije razvoja dugoročnih odnosa s potrošačima u uslužnom sektoru i upoznaju se sa specifičnostima inovacija u sektoru usluga.				
Sadržaj predmeta:				
<ol style="list-style-type: none">1. Pojam i karakteristike usluga2. Razvoj marketiga usluga3. Ponašanje potrošača u procesu kupovine usluga4. Satisfakcija korisnika usluga5. Istraživanje tržišta uslužne organizacije6. Razvoj dugoročnih odnosa sa potrošačima7. Strategija uslužnog preduzeća u situacijama nezadovoljstva potrošača8. Prvi kolokvijum9. Kreiranje uslužnog proizvoda10. Upravljanje uslužnim procesom11. Uslužni ambijent kao element marketing miksa12. Upravljanje ljudima u organizacijama iz oblasti usluga13. Kanali distribucije usluga14. Upravljanje kapacitetima i tražnjom u uslužnom sektoru15. Drugi kolokvijum				
Metode nastave i savladavanje gradiva:				
Predavanja - svaka nastavna jedinica se prezentuje interaktivnim dijalogom sa studentima. Svako predavanje se odvija kroz diskusiju, a na kraju prezentovane teme izvodi se rezime. Vježbe se odvijaju aktivnim učešćem studenata, gdje određene teme prezentuju studenti uz aktivno učešće ostalih studenata. Najbolji seminarski radovi se prikazuju od strane autora uz učešće i diskusiju prisutnih. Nastava se izvodi u obliku predavanja, vježbi, seminarskih radova, testova i primjera iz prakse				
Literatura:				

Osnovna literatura:

Veljković, S., Marketing usluga, Ekonomski fakultet, Beograd, 2009

Dodatna literatura:

1. Bateson, J. E. G., Hoffman, K. D., Marketing usluga (prevod s engleskog jezika), DATA STATUS, Beograd, 2012
2. Vasiljev, Stevan; Trifunović, Ljubomir: Marketing, Ekonomski fakultet, Brčko, 2012.
3. Kancir, R., Marketing usluga, Visoka poslovna škola, Beograd, 2012.
4. Kotler, Ph, Keller, K. L., Marketing management, Prentice Hall, 2012.

Oblici provjere znanja i ocjenjivanje:

Konačna ocjena na ispitu dobija se na osnovu prisustva (5 bodova) i aktivnog učešća u nastavnom procesu (10 bodova), pozitivno ocijenjenih seminarских radova (4 bodova), kolokvijuma (po 10 bodova) i znanja pokazanog na usmenom dijelu ispita (61 bodova)

Pohađanje nastave	4	Domaći zadaci	0	Završni ispit	50
Aktivnost na nastavi	6	Seminarski rad	0	Kolokvijumi	40

Posebna naznaka za predmet:

Obavezan na studijskom programu Menadžment, a izborni na studijskom programu Računovodstvo i finansije.

Ime i prezime nastavnika koji je pripremio podatke: Dr Dragan Vojinović, vanredni profesor

Datum ovjere: 8. elektronska sjednica NNV EF Brčko, 23.10.2020. godine