

Студијски програм/студијски програми: Поштанске и банкарске технологије
Врста и ниво студија: Основне струковне студије
Назив предмета: Маркетинг
Статус предмета: изборни
Број ЕСПБ: 4
Услов: нема
Циљ предмета Предмет омогућава студентима да стекну основна знања из области маркетинга и овладају методологијом и терминологијом из ове области
Исход предмета Очекује се да студент може да покаже детаљно разумевање основних појмова и категорија из области маркетинга. Након положеног испита студент зна основне појмове из области маркетинг микса, маркетинг понуде и тражње, понашања потрошача, маркетинга појединих делатности, међународног маркетинга, интернет маркетинга, телемаркетинга итд. и може да демонстрира своје знање на конкретним примерима и ситуацијама.
Садржај предмета <i>Теоријска настава</i> Дефинисање маркетинга. Маркетинг концепција, микс, менаџмент маркетинга. Тржишна оријента-ција предузећа. Дефинисање, анализа, сегментација, фактори тражње за производима и услугама. Глобално тржиште. Понашање потрошача. Привлачење и задржавање потрошача. Сатисфакција и конзументизам. Набавна и остале функције. Избор добављача. Типови и методи куповине. Имиџ, микс производа, микс услуга. Ценовна маркетинг стратегија. Анализа цена и трошкова. Малопродаја и великопродаја. Складиштење, залихе и транспорт. Канали дистрибуције. Промоција, оглашавање, медији, пропаганда, односи са јавношћу. Директни маркетинг. Каталожка продаја. Телемаркетинг. Електронска трговина. ON-LINE маркетинг. Маркетинг информациони системи. Етика у маркетингу. Маркетинг контрола. Маркетинг у пошти и телекомуникацијама. Тржиште поште и телекомуникација. Маркетинг логистика. Конкурентска предност поште и телекомуникација. Маркетинг поште на интернету. Међународни маркетинг. <i>Практична настава: Вежбе, Други облици наставе, Студијски истраживачки рад</i> Аудиторне вежбе, пројектни радови, реферати, тестови, колоквијуми, семинарски радови, домаћи задаци, консултације ...
Литература П. Бојовић и др, <i>Пословни маркетинг и оглашавање</i> , Жиг, Београд, 2009. П. Бојовић (коаутор), <i>Маркетинг информациони системи</i> , Аурора, Врање, 2009. П. Бојовић и др, <i>Основи маркетинга</i> , Чигоја штампа, Београд, 2004. М. Милисављевић, <i>Маркетинг</i> , Економски факултет, Београд, 2008. Б. Маричић, <i>Понашање потрошача</i> , Економски факултет, Београд, 2009.