

Студијски програм: Комуникационе технологије – модул ИМ
Врста и ниво студија: Основне струковне студије
<b>Назив предмета: Маркетинг</b>
Статус предмета: изборни
Број ЕСПБ: 4
Услов: нема
<b>Циљ предмета</b>
Предмет омогућава студентима да стекну основна знања из области маркетинга и овладају методологијом и терминологијом из ове области.
<b>Исход предмета:</b>
Очекује се да студент може да покаже могућност примене основних појмова и категорија из области маркетинга. Предмет нуди изузетне могућности за креативан самостални рад како из теоријских тако и из практичних области. Након положеног испита студент зна основне појмове и категорије из области маркетинга, маркетинг микса, маркетинг понуде и тражње, понашања потрошача и купаца, маркетинга посебених привредних и ванпривредних делатности, међународног маркетинга, интернет маркетинга, телемаркетинга итд. разуме их и објашњава и може да демонстрира своје знање на конкретним примерима и ситуацијама код правних лица и предузетника, на нивоу привреде, у окружењу итд, као и сазнања и вештине неопходне за успешно управљање маркетингом.
<b>Садржај предмета:</b>
<i>Теоријска настава:</i> Дефинисање маркетинга; Маркетинг концепције, систем, стратегија, активности, микс, менаџмент маркетинга; Тржишна оријентација предузећа; Дефинисање, анализа, сегментација, фактори тражње за производима и услугама, предвиђање; Глобално тржиште; Понашање потрошача; Потребе, мотиви, фактори; Одлуке о куповини; Привлачење и задржавање потрошача; Сатисфакција и конзумеризам; Понашање купаца; Набавна и остале функције; Избор добављача; Типови и методи куповине; Маркетинг понуде; Иниц, нови производ, микс производа, линија производа, дизајн производа, марка производа, паковање и амбалажа, микс услуга, маркетинг услуга; Ценовна маркетинг стратегија; Анализа цена и трошкова; Малопродаја и великопродаја; Складиштење, залихе и транспорт; Канали дистрибуције; Промоција, оглашавање, медији, пропаганда, унапређење продаје, публицитет, односи са јавношћу, лична продаја; Директни маркетинг; Каталогска продаја; Телемаркетинг; Електронска трговина; ON-LINE маркетинг; Маркетинг информациони системи; Етика у маркетингу; Маркетинг контрола; Маркетинг у трговини; Маркетинг у туризму; Маркетинг у банкама; Маркетинг у осигурању; Маркетинг у саобраћају; Маркетинг у пошти и телекомуникацијама; Тржиште поште и телекомуникација и поштанске и телекомуникационе услуге; Маркетинг логистика П и ТК; Конкурентска предност поште и телекомуникација; Маркетинг поште на интернету; Маркетинг непрофитних организација; Међународни маркетинг.
<i>Практична настава (вежбе, ДОН, студијски истраживачки рад)</i> Аудиторне вежбе, пројектни радови, реферати, тестови, колоквијуми, семинарски радови, домаћи задаци, консултације ...
<b>Литература</b>
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.