

Табела 5.2. Спецификација предмета

Студијски програм : Поштански саобраћај и логистика			
Назив предмета: Маркетинг			
Наставник/наставници: Бојовић Петар			
Статус предмета: изборни			
Број ЕСПБ: 6			
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 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..			
Садржај предмета			
<i>Теоријска настава</i>			
<ol style="list-style-type: none"> 1. Увод у маркетинг: 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 2. Понашање потрошача; Потребе, мотиви, фактори; Одлуке о куповини; Привлачење и задржавање потрошача; Сатисфакција и конзумеризам; 3. Понашање купаца; Набавна и остале функције; Избор добављача; Типови и методи куповине; 4. Маркетинг понуде; Иницијални 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; 5. Канали дистрибуције; Промоција, оглашавање, медији, пропаганда, унапређење продаје, публицитет, односи са јавношћу, лична продаја; 6. Директни маркетинг; Каталогска продаја; Телемаркетинг; Електронска трговина; ON-LINE маркетинг; 7. Маркетинг информациони системи; 8. Примењени маркетинг: Маркетинг у трговини; Маркетинг у туризму; Маркетинг у банкама; Маркетинг у осигурању; Маркетинг у саобраћају; Маркетинг у пошти и телекомуникацијама; Маркетинг у пошти и телекомуникацијама; Маркетинг логистика П и ТК; Конкурентска предност поште и телекомуникација; Маркетинг поште на интернету; Маркетинг непрофитних организација; 9. Међународни маркетинг; 10. Етика у маркетингу; Маркетинг контрола. 			
<i>Практична настава</i>			
Аудиторне вежбе, пројектни радови, реферати, тестови, колоквијуми, семинарски радови, домаћи задаци, консултације ...			
Литература			
П. Бојовић и др, Основи маркетинга, Чигоја штампа, Београд, (2004.), П. Бојовић и др, Пословни маркетинг и оглашавање, Жиг, Београд, (2009.), П. Бојовић и др, Пословни и дигитални маркетинг и односи с јавношћу, Факултет за право, безбедности и менаџмент "Константин Велики" из Ниша при Универзитету "Унион - Никола Тесла" у Београду, Ниш, (2020.), П. Бојовић и др, Пословни маркетинг и комуникације, Факултет за право, безбедности и менаџмент "Константин Велики" из Ниша при Универзитету "Унион - Никола Тесла" у Београду, Ниш, (2021.), П. Бојовић и др, Пословни маркетинг, менаџмент и етика, Факултет за право, безбедности и менаџмент "Константин Велики" из Ниша при Универзитету "Унион - Никола Тесла" у Београду, Ниш, (2022.),			
Број часова активне наставе: 60	Теоријска настава: 30	Практична настава: 30	
Методе извођења наставе: Вербално-текстуалне; Илустративно-демонстративне; Експерименталне; Методе самосталних радова и вежби.			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	Поена	Завршни испит	Поена
активност у току предавања	10	писмени испит	20
практична настава	20	усмени испит	10
колоквијум-и	20	
семинар-и	20		