

Студијски програм: Пословна економија и финансије			
Назив предмета: Маркетинг			
Наставник: Драган С. Илић			
Статус предмета: Обавезан			
Број ЕСПБ: 8			
Услов: 37 ЕСПБ			
Циљ предмета Циљ предмета је пружити студентима неопходна знања из маркетинга; да схвате суштину маркетинг концепта као управљачког процеса којим се ефикасно и профитабилно идентификују, предвиђају и задовољавају потребе потрошача. Оспособити студенте да: разумеју суштину и предности примене маркетинг концепта у пословању; схвате значај маркетинг окружења за пословање предузећа; спознају неопходност истраживања тржишта као и стратегије и технике које се за то користе; разумеју значај сегментације тржишта, избор циљног тржишта и позиционирање; знају да постављање оптималног маркетинг микса за одабрана циљна тржишта се заснива на понашању потрошача, њиховим потребама, жељама и понашању у куповини; примене стечена знања у пракси.			
Исход предмета Студент ће након положеног испита бити способан да: - Дефинише и именује основне појмове и релације у маркетингу. - Објасни, опише основе појмове и релације у маркетингу. - Прикаже, илуструје и протумачи кретања на тржишту и направи избор одговарајуће маркетинг стратегије. - Упореди, класификује и повеже резултате маркетинг истраживања. - Предложи решења проблема из домена маркетинга.			
Садржај предмета <i>Теоријска настава</i> Основи маркетинг концепта; Битне карактеристике маркетинг концепта; Стратејски маркетинг; Маркетинг окружење; Маркетинг информациони системи; Анализа тржишта; Истраживање потрошача; Специфичности пословног тржишта; Сегментација тржишта, избор циљних тржишта и позиционирање; Стратегија диференцирања; Производ, производни програм, нови производ; Цена; Дистрибуција; Промоција; Маркетинг у 21. веку. <i>Практична настава: Вежбе</i> Обрада пословних примера, презентације семинарских радова.			
Литература а)основна: Новаковић Рајчић, Б., <i>Маркетинг</i> , Привредна академија, Н.Сад 2008. б)додатна: Jobber, D., Fahy, J., <i>Foundations of Marketing</i> , McGraw-Hill Inc., 5th edition, Boston, USA, 2015. Kotler, P., Armstrong, G., <i>Marketing: An Introduction</i> , Pearson, 13th edition, London, UK, 2016.			
Број часова активне наставе		Теоријска настава: 3x15=45	
		Практична настава:2x15=30	
Методе извођења наставе Усмена предавања илустрована у PowerPoint-у, Индивидуални и групни радови, инерактивни облици наставе, презентације, дискусионе групе			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	поена	Завршни испит	поена
активност у току предавања	5	писмени испит	30
практична настава	5	усмени испт	30
колоквијуми I иII	20 (10+10)		
семинарски рад	10		