



**УНИВЕРЗИТЕТ
У НОВОМ САДУ**

**ЕКОНОМСКИ
ФАКУЛТЕТ
СУБОТИЦА**



**ДОКУМЕНТАЦИЈА ЗА АКРЕДИТАЦИЈУ СТУДИЈСКОГ ПРОГРАМА МАСТЕР АКАДЕМСКИХ СТУДИЈА
ЛОГИСТИКА СИСТЕМА У ЕКОНОМИЈИ**

Стандард 5: Курикулум

Табела 5.2. Спецификација предмета

– Шифра: МЛС-011

Студијски програм/студијски програми: Логистика система у економији, модул Логистика у финансијама и банкарству			
Врста и ниво студија: мастер академске студије			
Назив предмета: МАРКЕТИНГ У БАНКАРСТВУ			
Наставник (Презиме, средње слово, име): Салаи Ј. Сузана, Зеленовић Ђ. Вера			
Статус предмета: изборни			
Број ЕСПБ: 4			
Услов: није постављен			
Циљ предмета: Студенти ће изучавањем овог предмета овладати проблематиком и практичним моделима у вези са маркетинг активностима у пословним банкама. Посебно ће се изучавати маркетинг концепти, маркетинг стратегије, инструменти маркетинг микса и управљање маркетинг активностима у пословним банкама.			
Исход предмета: У оквиру предмета изучаваће се маркетинг банака са посебним нагласком на маркетинг микс елементе банака, маркетинг планирања производа и услуга банака и управљања маркетинг организацијом и контролом банака. Сечена теоријска и апликативна знања оспособљавају студенте за самосталну имплементацију концепта маркетинга у пословној пракси банака. Студенти постају оспособљени за јасно уочавање специфичности маркетинга у банкарству у оквиру маркетинга услуга, будући да се ради о имплементацији маркетинга у специфичним врстама услуга.			
Садржај предмета			
<i>Теоријска настава</i> Принципи банкарског пословања; Карактеристике маркетинг концепта банке; Маркетинг циљеви банке; Маркетинг окружење банке; Маркетинг стратегије сегментације тржишта банака; Маркетинг планирање производа и услуга банака; Маркетинг планирање цена производа и услуга банака; Маркетинг планирање дистрибуције производа и услуга банака; Маркетинг планирање промоције производа и услуга банака; Суштина управљања маркетингом банке; Маркетинг организација и контрола банака.			
<i>Вежбе</i> Банкарско пословање; Маркетинг концепти, циљеви и окружење банке; Сегментација тржишта; Маркетинг планирање у банкама: производа, услуга, цена, дистрибуције, промоције; Управљање маркетингом банке; Организација и контрола банака.			
Литература			
Проф. др Урош Турчић: Маркетинг пословне банке, Удружење банака, Београд, 1996.			
Број часова активне наставе			Остали часови
Предавања: 30	Вежбе: 30	Други облици наставе: Студијски истраживачки рад:	
Методе извођења наставе: предавања, вежбе, дискусије, обрада студија случаја у рачунарској лабораторији			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	поена	Завршни испит	поена
активности у току предавања	6	писмени испит	
колоквијуми	52	усмени испит	30
домаћи задаци	6		
семинарски рад	6		
студија случаја			
вежбе у рачунарској лабораторији			
СВЕГА	70		30