



ДОКУМЕНТАЦИЈА ЗА АКРЕДИТАЦИЈУ СТУДИЈСКОГ ПРОГРАМА  
ПРВОГ СТЕПЕНА ВИСОКОГ ОБРАЗОВАЊА

Стандард 5: Курикулум

Табела 5.2. Спецификација предмета  
– Шифра: ОС-413

Студијски програм/студијски програми: обавезни Маркетинг, изборни Менаџмент			
Врста и ниво студија: Студије првог степена - Основне академске студије			
Назив предмета: <b>Маркетинг менаџмент</b>			
Наставник (Презиме, средње слово, име): <b>Томислав Ј. Сударевић, Дарко Д. Пантелић</b>			
Статус предмета: обавезни и изборни			
Број ЕСПБ: 6			
Услов: није постављен			
<p><b>Циљ предмета</b></p> <p>Изучавањем овог предмета студенти стичу основна знања о динамичном процесу маркетинг менаџмента у условима уважавања комплексних тржишних карактеристика. Студенти се оспособљавају да стварају намере путем процеса планирања и да их кроз процес доношења одлука остварују. Следећи сет знања има за циљ њихову припрему за процес организовања маркетинг активности кроз алокацију ресурса у функцији остварења циљева. На крају, овладавање маркетинг контролом омогућава проверу ангажовања ресурса у односу на задате циљеве и обезбеђивање повратних информација као информационог инпута у наредном периоду.</p>			
<p><b>Исход предмета</b></p> <p>Стечена теоријска и апликативна знања оспособљавају студенте за управљање маркетинг процесом на нивоу пословних субјеката. Посебан нагласак је на креативности у одабиру оптималне маркетинг стратегије са становишта различитих критеријума који се истовремено узимају у обзир. Студенти, кроз рад у групи, овладавају неопходним знањима и вештинама за самосталну израду Маркетинг плана.</p>			
<p><b>Садржај предмета</b></p> <p><i>Теоријска настава</i></p> <p>Теоријска настава из предмета Маркетинг менаџмент је организована у целинама које подржавају остварење основних циљева предмета:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- анализа нових трендова у теорији и пракси маркетинга,</li> <li>- процес планирања и доношења одлука,</li> <li>- спровођење (организовање) маркетинг активности и</li> <li>- контрола маркетинг активности..</li> </ul> <p><i>Практична настава: Вежбе, Студијски истраживачки рад, Case study, Тимски истраживачки рад</i></p>			
<p><b>Литература</b></p> <p>Васиљев С., Цветковић Љ., Канцир Р., Пантелић Д. (2007), <i>Маркетинг менаџмент</i>, Економски факултет Суботица,</p>			
<b>Број часова активне наставе у 8 семестру</b>			Остали часови
Предавања: 30	Вежбе: 30	Други облици наставе: Студијски истраживачки рад:	
<b>Методe извођења наставе</b>			
Предавања, вежбе, консултације и дискусије			
<b>Оцена знања (максимални број поена 100)</b>			
<b>Предиспитне обавезе</b>	<b>поена</b>	<b>Завршни испит</b>	<b>поена</b>
присуство, активност у току предавања	10	писмени испит	20
колоквијум-и (један)	30	усмени испит	10
семинар-и	30	.....	
	<b>СВЕГА</b>	<b>70</b>	<b>30</b>