



**ДОКУМЕНТАЦИЈА ЗА АКРЕДИТАЦИЈУ СТУДИЈСКОГ ПРОГРАМА  
ПРВОГ СТЕПЕНА ВИСОКОГ ОБРАЗОВАЊА**

**Стандард 5: Курикулум**

**Табела 5.2.** Спецификација предмета  
– Шифра: ОС-109

Студијски програм/студијски програми: Аграрна економија и агробизнис, Европска и међународна економија и бизнис, Финансије, банкарство и осигурање, Маркетинг, Менаџмент, Рачуноводство и ревизија, Трговина, Пословни информациони системи			
Врста и ниво студија: Студије првог степена - Основне академске студије			
Назив предмета: <b>Принципи маркетинга</b>			
Наставник (Презиме, средње слово, име): <b>Сударевић Ј. Томислав, Милан М. Гашовић, Александар Б. Грубор, Дарко Д. Пантелић</b>			
Статус предмета: обавезни			
Број ЕСПБ: 6			
Услов: Није постављен			
<b>Циљ предмета</b> Основни циљ предмета је савладавање основних постулата маркетинга као преовлађујуће пословне концепције у савременом пословању у свету и код нас. Од студената се очекује да усвоје основна знања о природи и карактеру тржишта, елементима микро и макро окружења, елементима циљног маркетинга као и о елементима маркетинг микса.			
<b>Исход предмета</b> Знања стечена у оквиру овог предмета представљају основу за доградњу специјалистичких дисциплина које ће студенти савладавати у даљем току студија у оквиру модула маркетинг. Обзиром на предвиђене методе рада на предмету, исход предмета је и оспособљавање студената за примену креативних техника решавања проблема у симулацијама конкретних пословних случајева из области маркетинга.			
<b>Садржај предмета</b> <i>Теоријска настава</i> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Тржиште као извор и циљ маркетинга (појам, класификација и субјекти тржишта)</li> <li>- Основе маркетинг концепта (развој маркетинг концепта, природа и карактер маркетинга, приступи изучавању и тумачењу маркетинга, маркетинг менаџмент, промене у апликацији маркетинга),</li> <li>- Истраживање тржишних могућности и селекционисање циљних тржишта (маркетинг окружење, информациони системи, сегментација тржишта, истраживање потрошача и конкуренције),</li> <li>- Инструменти маркетинг микса (производ, цена, дистрибуција, промоција).</li> </ul> <i>Практична настава: Вежбе, Други облици наставе, Студијски истраживачки рад</i> Case study, Тимски истраживачки рад			
<b>Литература</b> Васиљев С. (2010), <i>Маркетинг принципи</i> , Прометеј, Нови Сад,			
<b>Број часова активне наставе у 2. семестру МА и ТР и 6. семестру сви остали смерови</b>			Остали часови
Предавања: 30	Вежбе: 30	Други облици наставе: Студијски истраживачки рад:	
<b>Методе 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>
активност у току предавања	6	писмени испит	
практична настава	14	усмени испит	30
колоквијум-и (два)	50	.....	
семинар-и			
СВЕГА	<b>70</b>		<b>30</b>