

**Табела 5.2. Спецификација предмета**

<b>Студијски програм :</b> Економија		
<b>Назив предмета:</b> Маркетинг услуга		
<b>Наставник/наставници:</b> Дражен Марић		
<b>Статус предмета:</b> Обавезан на модулу Маркетинг.		
<b>Број ЕСПБ:</b> 6		
<b>Услов:</b> -		
<p><b>Циљ предмета</b></p> <p>Циљ предмета Маркетинг услуга је да студенте упуту у специфичности примене маркетинга у растућем сектору услуга и научи их на који начин да у пракси успешно примењују маркетиншку филозофију размишљања и пословања у овој области која показује дужи временски период доминацију у односу на област производње физичких производа и добара. Представљањем, објашњењем, дискусијом и анализом различитих тема везаних за услужни сектор и предузећа у њему, овај предмет циља да јасно направи дистинкцију производне и услужне сфере националне и глобалне економије, и на тај начин да укаже на стратешке пословне импликације и потребне стратешке одлуке у том смислу.</p>		
<p><b>Исход предмета</b></p> <p>Студенти модула Маркетинг на предмету Маркетинг Услуга долазе до општих и специфичних сазнања неопходних за разумевање функционисања услужне економије, као и свих специфичности које савремени пословни амбијент подразумева. На тај начин студенти стиче знања и вештине потребне за управљање очекивањима потрошача и евалуацију и креирање услужне понуде, дизајнирање услуга које задовољавају и превазилазе очекивања потрошача, као и за управљање успешном испоруком услуге са расположивим људским ресурсима и технологијама, уз ефективну и ефикасну комуникацију са циљним тржиштем.. Студентима се указује на значај саопштавања реалних и поузданих обећања услужним потрошачима. Посебно се указује на неопходност координације свих функција у циљу успешне имплементације концепта маркетинга услуга.</p> <p>Стечена теоријска и апликативна знања оспособљавају студенте за самосталну имплементацију концепта маркетинга услуга у пословној пракси. Студенти постају оспособљени за јасно уочавање разлика између маркетинга физички опипљивих производа и маркетинга услуга.</p>		
<p><b>Садржај предмета</b></p> <p><i>Теоријска настава</i></p> <p>Увод у маркетинг услуга - Природа услуга; и основе маркетинга услуга;</p> <p>Анализа потрошача у услужном сектору - Дефинисање и мерење сатисфакције и лојалност потрошача;</p> <p>Развој дугорочних односа са потрошачима;</p> <p>Анализа и управљање елементима понуде услужне организације - Квалитет Услуга; Дизајн и позиционирање услуга; Канали дистрибуције услуга; Стратегија образовања цена; Стратегија тржишних комуникација; Стратегија интернационализације услуга; Имплементација маркетинга у услужном пословању.</p> <p><i>Практична настава</i></p> <p>Реализација студије случаја + дебата на актуелну тему из услужног сектора економије + осмишљавање и пословни план услужног предузећа.</p>		
<p><b>Литература</b></p> <p>Вељковић Саша, "МАРКЕТИНГ УСЛУГА", Центар за издавачку делатност Економског факултета у Београду, 2009.</p> <p>Bateson, E.G.John, Douglass Hoffman, K., "МАРКЕТИНГ УСЛУГА", Дата Статус Београд, 2013.</p>		
<b>Број часова активне наставе</b>	<b>Теоријска настава:</b> 30	<b>Практична настава:</b> 30
<p><b>Методe извођења наставе</b></p> <p>Предавања, вежбе, консултације, дискусије, практична решења на бројним примерима која су садржајно везана за основна поглавља у књизи.</p>		

<b>Оцена знања (максимални број поена 100)</b>			
<b>Предиспитне обавезе</b>	поена	<b>Завршни испит</b>	поена
активност у току предавања	6	писмени испит	
практична настава		усмени испт	30
колоквијум-и (2)	50 (2*25)	.....	
семинари (1)	14 (1*14)		
Начин провере знања могу бити различити наведено у табели су само неке опције: (писмени испити, усмени испт, презентација пројекта, семинари итд.....			
*максимална дужна 2 странице А4 формата			