

Студијски програм: Пословна економија и финансије-студије на даљину			
Назив предмета: Маркетинг			
Наставник: Драган С. Илић			
Статус предмета: Обавезан			
Број ЕСПБ: 8			
Услов: Упис			
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. Да разумеју предности и значај употребе дигиталног маркетинга у свакодневном пословању.			
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; Дигитални маркетинг; <i>Практична настава: Вежбе</i> Обрада студија случаја и примера из праксе.			
Литература а) основна: Илић, Д., Брусин, Ј., Илић, Т., <i>Основе маркетинга</i> , Универзитет Привредна академија у Новом Саду, Факултет за економију и инжењерски менаџмент, Нови Сад, 2022. Jobber, D., Fahy, J., <i>Foundations of Marketing</i> , McGraw-Hill Inc., 7th edition, Boston, USA, 2022. б) додатна: Kotler, P., Lane, K., <i>Marketing Management</i> , Pearson, 16th edition, London, UK, 2021.			
Број часова	активне наставе	Теоријска настава: 3x15=45	Практична настава: 2x15=30
Методе извођења наставе Примена мултимедијалне (видео презентације, видео конференције), интерактивне (дискусије и размена порука и коментара), и других метода и облика извођења наставе подржане одговарајућом хардверском и софтверском техником. Метод рада који се користи током наставе је: интерактивни (дијалогски) двосмерна комуникација путем електронске поште, дискусионих форума и дискусије у реалном времену путем причаонице; монолошки – текстуални или аудио материјал објављен на интернету; метод демонстрација – аудио визуелним путем			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	поена	Завршни испит	поена
активност у току предавања	10	писмени испит	
практична настава	10	усмени испит	60
тестови	20		