

Спецификација предмета

Студијски програм		Заједнички студијски програм докторских студија економских наука		
Изборно подручје (модул)				
Врста и ниво студија		Докторске студије, III ниво		
Назив предмета		Управљање маркетингом		
Број ЕСПБ	10	Статус предмета (обавезни/изборни)	Изборни	
Услов	неусловљен			
Циљ предмета	Циљ предмета је да студенти схвате сврху, садржај и процес управљања маркетингом. Фокус је на тржишној оријентацији; истраживањима промена и могућности у окружењу; успостављању, развоју и одржавању односа са потрошачима; стварању, испоруци и представљању вредности – користи потрошачима.			
Исход предмета	СТИЦАЊЕ И УСАВРШАВАЊЕ ТЕОРИЈСКИХ И ПРАКТИЧНИХ ЗНАЊА ПОТРЕБНИХ ЗА ПРОФИТАБИЛНО УПРАВЉАЊЕ МАРКЕТИНГ АКТИВНОСТИМА КОМПАНИЈА.			
Садржај предмета				
Теоријска настава	<ul style="list-style-type: none"> • Основе управљања маркетинг активностима компанија • Маркетиншка истраживања - Информације за управљачке одлуке • Управљање односима са потрошачима • Анализа тржишта • Анализа конкурената • Позиционирање бренда • Стварање брендова • Развој стратегија и програма одређивања цена • Управљање понудом организације • Испорука вредности потрошачима – управљање интегрисаним маркетинг каналима • Управљање интегрисаним маркетиншким комуникацијама • Увођење нових производа • Структурне промене и управљање маркетингом • Управљање маркетингом на глобалном тржишту • Организовање маркетинг активности 			
Практична настава (вежбе, ДОН, студијски истраживачки рад)	Решавање студија случаја које се односе на управљање маркетинг активностима компанија у Републици Србији и на глобалном тржишту.			
Литература				
1	Philip Kotler, Kevin Keller, Marketing Management, Prentice Hall; New Jersey, 14. edition, 2011.			
2	Часописи: Marketing Management, Journal of Marketing, Academy of Marketing Science Review			
3				
4				
5				
Број часова активне наставе недељно током семестра/триместра/године				
Предавања	Вежбе	ДОН	Студијски истраживачки рад	Остали часови
60			60	
Методе извођења наставе	Предавања и тимски рад на часовима. Тимски рад: студије случаја по наведеним областима програма.			
Оцена знања (максимални број поена 100)				
Предиспитне обавезе	поена	Завршни испит		поена
активност у току предавања		писмени испит		
практична настава	10	усмени испит		40
колоквијуми	30			
семинари	20			