

Спецификација предмета за књигу предмета

Студијски програм		Менаџмент у електротехници		
Изборно подручје (модул)				
Врста и ниво студија		Основне струковне студије - први ниво		
Назив предмета		Интернет маркетинг		
Наставник (за предавања)		Зубац М Данијела		
Наставник/сарадник (за вежбе)		Стојчетовић В Бојан		
Наставник/сарадник (за ДОН)				
Број ЕСПБ	6	Статус предмета (обавезни/изборни)	изборни	
Услов				
Циљ предмета	Циљ наставе је да се студенти упознају са маркетингом путем Интернета као теоријском и апликативном дисциплином.			
Исход предмета	Савладавањем овог предмета студенти ће успешно обављати послове маркетинга у малим и средњим предузећима и другим пословним организацијама.			
Садржај предмета				
Теоријска настава	Дефинисање маркетинга. Маркетинг филозофија. Маркетинг амбијент. Маркетинг информациони систем (MIS). Законске одредбе везане за послове путем интернета. Инструменти маркетинга. Менаџмент маркетингом. Организовање маркетинг функције и маркетинг активности у предузећу. Контрола и ревизија маркетинг активности. Заштита база података и коминтената.			
Практична настава (вежбе, ДОН, студијски истраживачки рад)	Сваки студент самостално израђује семестрални рад из области маркетинг активности путем интернета.			
Литература				
1	Др Момчило Милисављевић: Маркетинг, Савремена, Београд			
2	Др Радован Кнежевић: Маркетинг, Научна књига, Београд			
3				
4				
5				
Број часова активне наставе недељно током семестра/триместра/године				
Предавања	Вежбе	ДОН	Студијски истраживачки рад	Остали часови
2 (30)	1 (15)	2 (30)		
Методе извођења наставе	Вербална уз коришћење: графоскопа, мултимедије. Практична уз коришћење рачунара. Методе демонстрација на примерима.			
Оцена знања (максимални број поена 100)				
Предиспитне обавезе	поена	Завршни испит		поена
активност у току предавања	20	писмени испит		
практична настава	10	усмени испит		30
колоквијуми	20			
семинари	20			