



The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

**Висока техничка школа струковних студија
Звечан**

ПРЕДМЕТ: МАРКЕТИНГ ИСТРАЖИВАЊА

Усвајање основних знања о парадигмама, методама, техникама, стратегијама маркетинга и развијање способности креирања флексибилних начина реаговања на променљиве услове пословања. Стицање знања из области управљања маркетингом, посебно посматрано са аспекта основних постулата маркетинг концепта и примене овог концепта у пракси.

Студент ће бити оспособљен да се самостално укључи у процес креирања маркетинг кампање за потребе освајања тржишта. Стучено знање из области маркетинга студенти ће користити у препознавању различитих тржишних и пословних феномена и приликом решавања проблема који своје исходиште имају у маркетинг теорији и пракси.

COURSE: RESEARCH MARKETING

Acquiring basic knowledge about paradigms, methods, techniques, marketing strategies and development of abilities for creating flexible ways of reacting to the unsteady market conditions. Acquiring knowledge in the area of marketing management, especially viewed from the aspect of the basic postulates of the marketing concepts and applying those concepts in practice.

The concept of marketing; Basic concepts of marketing; Marketing dimensions; Marketing as a business function; Marketing management; Micro and macro marketing; Marketing environment; Marketing mix; Promotional marketing, creating a promotional message; Competition; Marketing strategies; A new product strategies; Integrated marketing communication; marketing program formulation, the product of the day, distribution promotion; Basic marketing strategies; Business operation internationalization; Specific aspects of marketing.



ПРЕДМЕТ: МАРКЕТИНГ ИСТРАЖИВАЊА	COURSE: RESEARCH MARKETING
1. Појам маркетинга; 2. Основни појмови маркетинга; 3. Димензије маркетинга; 4. Маркетинг као пословна функција; 5. Маркетинг менаџмент; 6. Микро и макро маркетинг; 7. Маркетинг окружење; 8. Маркетинг микс; 9. Промотивни микс, креирање промотивне поруке; 10. Конкуренција; 11. Маркетинг стратегије; 12. Стратегије нових производа; 13. Интегрисане маркетинг комуникације; 14. Формулисање маркетинг програма, производ, цена, промоција дистрибуција; 15. Основне маркетинг стратегије; 16. Интернационализација пословања предузећа; 17. Специфични аспекти маркетинга.	1. The concept of marketing; 2. Basic concepts of marketing; 3. Marketing dimensions; 4. Marketing as a business function; 5. Marketing management; 6. Micro and macro marketing; 7. Marketing environment; 8. Marketing mix; 9. Promotional marketing, creating a promotional message; 10. Competition; 11. Marketing strategies; 12. A new product strategies; 13. Integrated marketing communication; 14. Marketing program formulation, the product of the day, distribution promotion; 15. Basic marketing strategies; 16. Business operation internationalization; 17. Specific aspects of marketing.