

Спецификација предмета за књигу предмета

Студијски програм		Мултимедијалне технологије		
Изборно подручје (модул)				
Врста и ниво студија		Специјалистичке струковне студије		
Назив предмета		Маркетинг истраживања		
Наставник (за предавања)				
Наставник/сарадник (за вежбе)				
Наставник/сарадник (за ДОН)				
Број ЕСПБ		4	Статус предмета (обавезни/изборни)	изборни
Услов	Нема			
Циљ предмета	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.			
Исход предмета	Студент ће бити оспособљен да се самостално укључи у процес креирања маркетинг кампање за потребе освајања тржишта. Сечено 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.			
Садржај предмета				
Теоријска настава	Појам маркетинга; Основни појмови маркетинга; Димензије маркетинга; Маркетинг као пословна функција; Маркетинг менаџмент; Микро и макро маркетинг; Маркетинг окружење; Маркетинг микс; Промотивни микс, креирање промотивне поруке; Конкуренција; Маркетинг стратегије; Стратегије нових производа; Интегрисане маркетинг комуникације; Формулисање маркетинг програма, производ, цена, промоција дистрибуција; Основне маркетинг стратегије; Интернационализација пословања предузећа; Специфични аспекти маркетинга.			
Практична настава (вежбе, ДОН, студијски истраживачки рад)	Аудиторне вежбе- Студије случајева за основе маркетинга, принципа маркетинга, функционисање тржишног механизма, инструменте маркетинг микса.			
Литература				
	1	М. Милосављевић: Основи маркетинга, Економски факултет, Београд 2004.		
	2	Ф. Котлер: Маркетинг менаџмент, Дата статус, Београд, 2006.		
	3	Б. Ракић, Маркетинг, Мегатренд, Београд 2008.		
	4			
	5			
Број часова активне наставе недељно током семестра/триместра/године				
Предавања	Вежбе	ДОН	Студијски истраживачки рад	Остали часови
3	2	0		

Методе извођења наставе	Настава се изводи путем предавања и аудиторних вежби. На предавањима се излажу теоретске основе и принципи маркетинга а на аудиторним вежбама се детаљније разрађују поставке дефинисане на предавањима путем практичних примера у интеракцији са студентима.		
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	поена	Завршни испит	поена
активност у току предавања	10	писмени испит	60
практична настава		усмени испит	
колоквијуми	20		
семинари	10		