
	УНИВЕРЗИТЕТ У КРАГУЈЕВЦУ, ФИЛОЛОШКО-УМЕТНИЧКИ ФАКУЛТЕТ	
	ФИЛОЛОШКО-УМЕТНИЧКИ ФАКУЛТЕТ 34000 КРАГУЈЕВАЦ, ЈОВАНА ЦВИЈИЋА ББ	
Акредитација студијског програма		
ОСНОВНЕ АКАДЕМСКЕ СТУДИЈЕ	Ликовне уметности (модули сликарство и графика)	

Стандард 05. - Курикулум

Табела 5.2 Спецификација предмета

Наставни предмет:		Маркетинг 1				
Ознака предмета: 81046						
Број ЕСПБ: 4						
Наставник: Коцић С. Милан						
Статус предмета: И						
Број часова активне наставе(недељно)						
Предавања:	Вежбе:	Други облици наставе:	Студијски истраживачки рад:	Остали часови:		
2	0	0	0	0		
Предмети предуслови		Нема				
1. Образовни циљ:						
Наставни предмет Маркетинг је конципиран са циљем да се на актуелан, свеобухватан и ступњевит начин укаже на кључне категорије и поступке управљања портфолијима релевантних јавности, иманентне пословним субјектима са изграђеном тежњом за повећањем извесности пословног успеха.						
2. Исходи образовања (Стечена знања):						
Изучавањем наставног предмета Маркетинг стичу се базична знања о:						
<ul style="list-style-type: none"> •утицају маркетиншких активности на психолошко дистанцирање стандардизоване понуде предузећа; •значају креативне стратегије у идентификовању и задовољавању потреба купаца; •концептима за остваривање доминантне тржишне позиције; •стратегијском усклађивању маркетинг инструментаријума са захтевима кључних стејкхолдера. 						
3. Садржај/структура предмета:						
Теоријска настава						
<ul style="list-style-type: none"> •Увод у маркетинг •Маркетиншко окружење •Етика и друштвена одговорност •Понашање потрошача •Пословни маркетинг •Маркетинг истраживање •Маркетинг у непрофитном сектору •Развој и управљање производом •Дистрибутивне одлуке •Промотивна и комуникациона стратегија •Формирање цена 						
Практична настава						
Вежбе, у оквиру овог дела биће укључена израда два колоквијума.						
4. Методе извођења наставе:						
Предавања, интерактивни облици наставе, семинарски радови, презентације појединих наставних целина, индивидуални и групни пројекти.						
Оцена знања (максимални број поена 100)						
Предиспитне обавезе		Обавезна	Поена	Завршни испит		Поена
Активност у току предавања		Да	10.00	Испит		50.00
Колоквијум		Да	30.00			
Практична настава		Да	5.00			
Семинарски рад		Да	5.00			
Литература						
Р.бр.	Аутор	Назив		Издавач		Година
1,	Charles W. Lamb, Joseph F. Hair, Jr., Carl McDaniel	Маркетинг		Data Status		2013
2,	Philip Kotler, Kevin Lane Keller	Маркетинг менаџмент		Дата статус, Београд		2006