

INFORMACIJA ZA STUDENTE I PLAN RADA

Naziv predmeta:		MARKETING USLUGA		
Šifra predmeta	Status predmeta	Semestar	Broj ECTS kredita	Fond časova
111008225	Obavezan	VIII	4	2P+2V

Studijski programi za koje se organizuje: Akademi osnovni studijski program Ekonomskog fakulteta (studije traju 8 semestara, 240 ECTS kredita).	
Uslovljenost drugim predmetima: Za uspješno izučavanje predmeta Marketing usluga potreban je određeni nivo znanja iz temeljnih ekonomskih disciplina, menadžmenta i, posebno, iz oblasti marketinga.	
Ciljevi izučavanja predmeta: Lajtmotiv izvođenja nastave iz predmeta Marketing usluga je da studenti steknu dublja i korisna znanja o upravljanju marketingom u uslužnim preduzećima.	
Ime i prezime nastavnika i saradnika: prof.dr Ljubinko Dedović	
Metod nastave i savladanja gradiva: Predviđeno je izučavanje tema značajnih kako sa teorijskog tako i sa praktičnog aspekta. Za njihovu obradu nužna je određena teorijska priprema. Teorijska priprema će omogućiti da se na časovima vodi razgovor o važnim i aktualnim temama. Sem toga, studenti će imati priliku da prezentiraju svoja razmišljanja o različitim teorijskim i praktičnim problemima iz domena marketinga usluga, kroz seminarske radove, eseje, studije slučaja ili na neki drugi način.	
PLAN RADA	
Nedjelja i datum	Naziv metodskih jedinica za predavanja(P), vježbe (V) i ostale nastavne sadržaje (O); Planirani oblik provjere znanja (Pz)
Pripremna nedjelja Upoznavanje, priprema i upis semestra.	
I nedjelja	P/V Pojam usluge. Obilježja usluga. Klasifikacija usluga.
II	P/V Marketing usluga – neke teorijske implikacije. Ekonomski značaj usluga. Karakteristike tržišta usluga.
III	P/V Karakteristike tržišta usluga (nastavak).
IV	P/V Karakteristike tržišta usluga (nastavak).
V	P/V Okvir procesa upravljanja marketingom uslužnog preduzeća. Istraživanje i segmentacija uslužnog tržišta, pozicioniranje uslužnog preduzeća i tržišno targetiranje.
VI	P/V Istraživanje i segmentacija uslužnog tržišta, pozicioniranje uslužnog preduzeća i tržišno targetiranje (nastavak). Planiranje marketinga uslužnog preduzeća.
VII	P/V Slobodna nedjelja
VIII	P/V Planiranje marketinga uslužnog preduzeća (nastavak). Pz I kolokvijum (pismeni test)
IX	P/V Planiranje marketinga uslužnog preduzeća (nastavak).
X	P/V Planiranje marketinga uslužnog preduzeća (nastavak).
XI	P/V Planiranje marketinga uslužnog preduzeća (nastavak). Implementacioni aspekti upravljanja marketingom uslužnog preduzeća.
XII	P/V Implementacioni aspekti upravljanja marketingom uslužnog preduzeća (nastavak).
XIII	P/V Implementacioni aspekti upravljanja marketingom uslužnog preduzeća (nastavak).
XIV	P/V Kontrola marketinga uslužnog preduzeća.
XV	P/V Kontrola marketinga uslužnog preduzeća (nastavak).
XVI	Pz II kolokvijum (pismeni test)
XVII	Ovjera semestra i upis ocjena
XVIII	Popravni ispitni rok
Obaveze studenta u toku nastave: Podrazumijeva se aktivno učešće studenata na časovima.	
Konsultacije: poslije predavanja i vježbi	
Opterećenje studenta u časovima:	
<u>nedjeljno</u> 4kredita x 40/30 = 5,3 sati Struktura: 2 sata za predavanja 2 sata za vježbe 1,3 sata samostalnog rada, uključujući konsultacije.	<u>u semestru</u> Ukupno opterećenje za predmet 4x30 = 120_sati Struktura: Nastava i završni ispit: 5,3x16nedelja= 85,3_sati Neophodne pripreme prije početka semestra (administracija, upis, ovjera): 5,3x2= 10,6_sati. Dopunski rad za pripremu i polaganje ispita u popravnom roku: 24,1_sata.

Literatura: prof.dr Rade Kancir, Marketing usluga, Beogradska poslovna škola, Univerzitet za poslovne studije, Beograd, 2007.

Oblici provjere znanja i ocjenjivanje:

Svi oblici aktivnosti studenata vrednuju se posebno. Stoga je ocjena rezultat njihovog ukupnog angažmana.

- Dva kolokvijuma po 35 poena 70 poena
- Esej, seminarski rad ili studija slučaja 15 poena
- Učešće u razgovorima o određenim temama 15 poena

Ukupno: 100 poena

Prelazna ocjena se dobija ako se sakupi najmanje 50 poena.

Ocjena	A	B	C	D	E
Broj poena	90-100	80-89	70-79	60-69	50-59

Napomena:

Dodatne informacije o predmetu: kod nastavnika, prof.dr Ljubinka Dedovića