

Prezentacija studijskog modula

MARKETING INŽENJERING I KOMUNIKACIJE

ŠKOLSKA 2016/2017 GODINA

PREDMETI STUDIJSKE GRUPE

	Naziv predmeta
1.	Brend menadžment
2.	Multimediji u marketingu
3.	Primenjena marketing istraživanja
4.	Izborni predmet 1
5.	Izborni predmet 2
6.	Pristupni rad
7.	Stručna praksa
8.	Završni rad

	Izborni predmeti
1.	Integrirane poslovne komunikacije
2.	Marketing metrika i performanse prodaje
3.	Marketing modeli
4.	Napredno planiranje u marketingu
5.	Upravljanje ključnim kupcima
6.	Upravljanje reputacijom i društvena odgovornost

OBAVEZE ZA STUDENTE

✘ **Pohađanje nastave**

- + Olakšava pripremu seminarskog rada, projektnog rada i pismenog / usmenog ispita

✘ **Seminarski rad ili projektni rad** baziran na podacima iz prakse

- + U dogovoru sa predmetnim nastavnikom

✘ **Test ili usmeni deo ispita**

- + U dogovoru sa predmetnim nastavnikom

Polaganje ispita podrazumeva
ispujavanje definisanih uslova za svaki predmet

ZNANJA I VEŠTINE

- ✘ Znanja, sposobnosti i veštine potrebne za izgradnju i održavanje uspešnih brend strategija
- ✘ Unapređena znanja i sposobnosti za osmišljavanje i realizaciju aktivnosti integrisane poslovne komunikacije i unapređene veštine poslovne komunikacije
- ✘ Znanja i veštine za izgradnju i primenu marketing modela u realnim situacijama kako bu unapredili donošenje odluka u marketingu
- ✘ Znanja iz oblasti praćenja rezultata marketinga i prodaje
- ✘ Unapređena znanja, sposobnosti i veštine studenata za timski rad na rešavanju problema, kroz sticanje znanja o upravljanju ključnim kupcima
- ✘ Osposobljenost za samostalnu procenu potencijala koje poseduju multimedijalne tehnologije i sistemi za primenu u različitim aspektima marketinga
- ✘ Znanja iz oblasti metodologije marketing istraživanja i savremenom praksom u oblastima istraživanja tržišta, medija i javnog mnjenja

BREND MENADŽMENT

× Literatura

- + Cicvarić, S. (2006). Brend - kreiranje, pozicioniranje i održavanje, Beograd: Zadužbina Andrejević
- + Damjanović, V. (2012). Marketing u praksi - primena mm metode studije slučaja (deo 5, segment a)
- + Štavljanin, V. (2015). Brend menadžment - vrednost brenda, skripta

× Praktičan rad

- + Izrada plana razvijanja i pozicioniranja brenda u zadatim kategorijama proizvoda

MULTIMEDIJI U MARKETINGU

× Literatura

- + Štavljanin, V. (2015). Marketing u digitalnom okruženju skripta, Beograd: FON
- + Starčević, D., & Štavljanin, V. (2013). Multimediji, Beograd: FON
- + Dodatna literatura prema potrebi, a u skladu sa dogovorom sa predmetnim nastavnicima

× Praktičan rad

- + Analiza primera iz prakse
- + Izrada plana digitalnog marketinga
- + Izrada veb prezentacije korišćenjem savremenih sistema za upravljanje sadržajem
- + Kreiranje digitalnog sadržaja
- + Integracija veb nastupa sa društvenim medijima
- + Praćenje u alatima za veb analitiku i analitiku društvenih medija

PRIMENJENA MARKETING ISTRAŽIVANJA

✘ Literatura

- + Vukmirović, J., & Vukmirović D. (2011). Marketing istraživanja, Beograd: BPŠ

✘ Praktičan rad

- + Realizacija procesa istraživanja tržišta putem ankete: definisanje oblasti istraživanja i istraživačkih pitanja, kreiranje instrumenta istraživanja, prikupljanje podataka, obrada i analiza podataka, pisanje i prezentacija izveštaja

INTEGRISANE POSLOVNE KOMUNIKACIJE

× Literatura

- + Kostić-Stanković, M. (2011). Integrisane poslovne komunikacije, Beograd: FON
- + Dodatna literatura prema potrebi, a u skladu sa dogovorom sa predmetnim nastavnicima

× Praktičan rad

- + Izrada plana integrisanih poslovnih komunikacija za odabranu kompaniju
- + Analiza primera integrisanih poslovnih komunikacija iz prakse
- + Razvoj personalnih veština poslovne komunikacije
- + Igranje uloga u procesu poslovne komunikacije

MARKETING METRIKA I PERFORMANSE PRODAJE

✘ Literatura

- + Farris, P., Bendle, N.T., Pfeifer, P.E., & Reibstein, D.J. (2010). Marketing Metrics: The Definitive Guide to Measuring Marketing Performance, 2 edition, Pearson Prentice Hall

✘ Praktičan rad

- + Kvantitativni zadaci iz oblasti tržišnog učešća, margine i profita, profitabilnosti kupaca, cenovnih strategija, medija i internet metrike, prodajnih i promotivnih strategija

MARKETING MODELI

× Literatura

- + Skripta nastavnika
- + Grisby, M. (2015). Marketing Analytics, Kogan Page Limited
- + Oakshott, L. (2006). Essential Quantitative Methods for Business, Management and Finance, Palgrave Macmillan
- + Winston, W. (2014). Marketing Analytics - Data-Driven Techniques with Microsoft Excel, John Wiley & Sons, Inc.

× Praktičan rad

- + Analiza primera iz prakse
- + Analiza najznačajnijih modela u marketingu
- + Praktična primena modela u konkretnim aktivnostima marketinga

NAPREDNO PLANIRANJE U MARKETINGU

× Literatura

- + Materijal sa predavanja i vežbi
- + Skripte predavača

× Praktičan rad

- + Analiza velikih baza podataka o kupcima na konkretnim primerima
- + Predviđanje tražnje na osnovu istorijskih podataka iz prakse
- + Modeliranje i optimizacija problema izbora ciljnog tržišta sa podacima iz prakse
- + Simulacija odlučivanja u uslovima neizvesnosti i rizika
- + Optimizacija konkretnih problema u marketinškoj praksi: optimalni izbor medija, optimizacija rasporeda specijalnih događaja, optimizacija medijskog oglašavanja

UPRAVLJANJE KLJUČNIM KUPCIMA

× Literatura

- + Džober, D., & Lankaster, G. (2003). Prodaja i upravljanje prodajom, London: Pearson Education
- + Filipović, V., & Damnjanović, V. (2006). Upravljanje prodajom, FON, skripta

× Praktičan rad

- + Studijski istraživački rad: Analiza studija slučaja iz prakse

UPRAVLJANJE REPUTACIJOM I DRUŠTVENA ODGOVORNOST

✘ Literatura

- + Vlastelica T. (2016). Korporativna reputacija i društvena odgovornost, Beograd: Zadužbina Andrejević

✘ Praktičan rad

- + Analiza primera kampanja za upravljanje reputacijom
- + Analiza kriznih situacija u korporativnom sektoru
- + Istraživanje društveno odgovorne prakse kompanija u Srbiji
- + Simulacije rešavanja konkretnih poslovnih problema
- + Osmišljavanje kampanje društveno odgovornog marketinga

ZAVRŠNI RADOVI: PRIMERI TEMA

- ✘ Unapređenje komunikacije brenda primenom novih tehnologija
- ✘ Pozicioniranje luksuznih brendova
- ✘ Uporedna analiza modaliteta stvaranja vrednosti u onlajn zajednicama
- ✘ Istraživanje angažovanosti u okruženju društvenih medija na lojalnost potrošača
- ✘ Uloga istraživanja tržišta (robe široke potrošnje, javnih i komercijalnih usluga i sl.) u kreiranju marketing strategije
- ✘ Planiranje integrisane poslovne komunikacije u interkulturalnim okvirima
- ✘ Komparativna analiza ključnih pokazatelja uspeha u prodaji i marketingu
- ✘ Određivanje strategije izbora ciljnog tržišta zasnovano na višekriterijumskoj optimizaciji
- ✘ Primena optimizacije u planiranju televizijskog oglašavanja
- ✘ Planiranje oglašavanja putem interneta primenom ciljnog programiranja
- ✘ Strategija upravljanja ključnim kupcima u izgradnji lojalnosti kupaca
- ✘ Uloga korporativnih komunikacija u upravljanju reputacijom
- ✘ Korporativna društvena odgovornost u sektoru (telekomunikacija, maloprodaje, prehrambenih proizvoda, usluga, neprofitnom sektoru i sl)

KONTAKT

Pitanja možete postaviti na e-mail

katedra.marketing@fon.bg.ac.rs

ili lično u terminima konsultacija

članova Katedre za marketing menadžment

i odnose s javnošću