

Табела 5.2. Спецификација предмета

Студијски програм: Финансије и бизнис			
Назив предмета: ТРЖИШНО ПОСЛОВАЊЕ			
Наставник/наставници: др Бранка Спасојевић			
Статус предмета: Изборни			
Број ЕСПБ: 5			
Услов: –			
Циљ предмета			
Као наставни предмет који се базира на стручно апликативним струковним знањима његов основни циљ је оспособљавање студената за обављање послова из области тржишног пословања у оквирима теоријске наставе као и примера пословне праксе где стичу способност препознавања тржишне прилике у свом окружењу и њене могуће примене у својим пословним активностима и циљевима.			
Исход предмета			
Један од основних исхода је: способност решавања конкретних проблема из тржишног окружења уз употребу савремених маркетинг метода и поступака, способност повезивања и примену основних знања из области управљања, маркетинга и бизниса, способност праћења нових пословних тенденција на тржишту финалних потрошача, као и на пословном тржишту, развоја вештина и спремности у примени знања у пракси.			
Садржај предмета			
Теоријска настава			
1. Основе концепта тржишног пословања. 2. Увођење нових тржишних понуда. 3. Управљање маркетингом, информацијама и мерење тражње. 4. Прилагођавање предузећа маркетинг окружењу. 5. Тржиште финалних потрошача. 6. Пословно тржиште и понашање индустријских купаца. 7. Сегментација тржишта. 8. Идентификовање тржишних сегмената и избор циљних сегмената. 9. Анализирање конкуренције. 10. Маркетинг стратегија у функцији одрживог развоја. 11. Еколошки оријентисана економија у функцији заштите животне средине. 12. Маркетинг у непрофитним организацијама. 13. Маркетинг у сектору услуга. 14. Тржишно комуницирање. 15. Холистички маркетинг.			
Практична настава			
Анализа примера из пословне праксе, учешће у дискусијама на задате теме, презентација семинарских радова. Наведене активности у оквиру вежби и практичне наставе одвијају се у складу са тематским јединицама из теоријске наставе:			
Стратегија сегментације тржишта (критеријуми сегментације тржишта финалних потрошача и пословних купаца), Пример Котлеровог модела увођења МИС-а у пословање предузећа, Идентификовање и избор циљних тржишних сегмената, Позиционирање производа, Концепт одрживог развоја, Природни ресурси у функцији заштите животне средине, Обновљиви извори енергије, Маркетинг микс у креирању понуде предузећа, Маркетинг у сектору услуга на примеру туризама, Холистички маркетинг (CRM концепт, друштвена одговорност компанија).			
Литература			
1. Јовичић, Д. (2013). <i>Тржишно пословање</i> . Нови Сад: Висока пословна школа струковних студија. ISBN 978-86-7203-131-7.			
2. Котлер, Ф., & Келер, (2017). <i>Маркетинг менаџмент</i> , 15. издање. Дата Статус. Београд: Економски факултет. ISBN 978-86-7478-423-5.			
3. Вујовић, Т. (2012). <i>Кључне детерминанте одлучивања у еко маркетингу</i> . Приштина-Косовска Митровица: Економски факултет. ISBN 978-86-80127-61-3.			
Број часова активне наставе		Теоријска настава: 30	
		Практична настава: 30	
Методе извођења наставе			
Теоријска и практична настава.			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе		поена	
Завршни испит		поена	
активност у току предавања		5	
писмени испит		30	
практична настава		5	
усмени испит		30	
колоквијум-и		20	
семинар-и		10	

