АКРЕДИТАЦИЈА СТУДИЈСКОГ ПРОГРАМА

Студијски програм: Финансије и бизнис

Назив предмета: МАРКЕТИНГ У ФИНАНСИЈАМА

Статус предмета: Обавезни

Број ЕСПБ: 5

Услов: –

Циљ предмета

У оквиру овог предмета предвиђа се савладавање разнородне материје неопходне за управљање маркетингом у финансијама. Циљ предмета је стицање основних знања усмерених на стварање аналитичке и стратешке подлоге за спровођење кључних функција у области маркетинга у финансијској сфери, а првенствено у пословним банкама.

Исход предмета

Изучавањем овог предмета, студенти су оспособљени за обављање најзаступљенијих маркетиншких активности у пословним банкама. У могућности су да комбинацијом инструмената маркетинг микса креирају основну понуду која ће обезбедити сатисфакцију клијената. Способни су да организују промотивне активности, привуку нове и задрже постојеће кориснике финансијских услуга. Поседују знање за формулисање адекватне маркетинг стратегије ради подстицања одређене конкурентске предности на финансијском, односно банкарском тржишту.

Садржај предмета

Теоријска настава

1. Основни принципи савременог маркетинг концепта. 2. Концепт, функције и елементи финансијског система. 3. Увод у основе банкарског сектора. 4. Истраживање маркетинг окружења пословних банака. 5. Понашање клијената банкарских услуга. 6. Стратешки аспекти сегментирања и позиционирања на финансијском и банкарском тржишту. 7. Информациони системи и развој маркетинг односа са клијентима. 8. Маркетинг микс стратегије. 9. Планирање производа и услуге као маркетинг инструмената банке. 10. Корпоративни имиџ и брендирање банкарских услуга. 11. Планирање цене производа и услуга као маркетинг инструмената банке. 12. Планирање канала дистрибуције (продаје) као маркетинг инструмената банке. 13. Планирање промоције као маркетинг инструмената банке. 14. Координација маркетинг активности и улога запослених у примени маркетинг стратегије банке. 15. Савремени трендови примене маркетинга у финансијским институцијама.

Практична настава

Студенти ће на вежбама решавати одређене проблеме који су постављени у оквиру предавања. Сагледавање савременог маркетинг концепта и његова примена у финансијама. Дефинисање банкарских производа. Анализа канала дистрибуције (продаје). Компарација предности и недостатака појединих облика промоције. Примена интернета и е-пословања у маркетингу у финансијама. Могућности маркетинга у привредном и предузетничком усмеравању пословања банака. Креирање корпоративног имица и идентитета банака-примери из праксе. Конкурентске стратегије-примери банкарских предузећа.

Литература

1. Јовићевић, Р., Жугић, Ј. (2018). *Маркетинг у савременом банкарству*, Подгорица: Универзитет Медитеран, ISBN 978-9940-514-54-9.
2. Милисављевић, М., Маричић, Б., Глигоријевић, М. (2017). *Основи маркетинга*, Београд: Центар за издавачку делатност Економског факултета, ISBN 978-86-403-1504-3.
3. Зеленовић, В. (2015). *Маркетинг у банкарству*, Бечеј: Пролетер, ISBN 978-86-84819-97-2.

Број часова активне наставе	**Теоријска настава: 30**	**Практична настава: 15**

Методе извођења наставе

Предавања се изводе комбинованом методом (ex catedra / case study). Практична настава прати теоријску, кроз примену интерактивних, групних и дидактичких метода, уз симулације разних пословних ситуација.

Оцена знања (максимални број поена 100)

Предиспитне обавезе	поена	**Завршни испит**	поена
активност у току предавања	5	писмени испит	–
практична настава	5	усмени испит	60
колоквијум-и	20		

семинар-и	10		