



Академија струковних студија косовско метохијска,
Одсек Пећ – Лепосавић

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 <i>Теоријска настава</i> 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. <i>Практична настава</i> 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 имиџа и идентитета банака-примери из праксе. Конкурентске стратегије-примери банкарских предузећа.			
Литература 1. Јовићевић, Р., Жугић, Ј. (2018). <i>Маркетинг у савременом банкарству</i> , Подгорица: Универзитет Медитеран, ISBN 978-9940-514-54-9. 2. Милисављевић, М., Маричић, Б., Глигоријевић, М. (2017). <i>Основи маркетинга</i> , Београд: Центар за издавачку делатност Економског факултета, ISBN 978-86-403-1504-3. 3. Зеленовић, В. (2015). <i>Маркетинг у банкарству</i> , 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 cathedra / 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		



Академија струковних студија косовско метохијска,
Одсек Пећ – Лепосавић

АКРЕДИТАЦИЈА СТУДИЈСКОГ ПРОГРАМА

семинар-и	10		
-----------	----	--	--