Висока економска школа струковних студија
Пећ у Лепосавићу

АКРЕДИТАЦИЈА СТУДИЈСКОГ ПРОГРАМА

Студијски програм: Пословна економија

Назив предмета: СТРАТЕГИЈСКИ МАРКЕТИНГ

Статус предмета: Изборни

Број ЕСПБ: 7

Услов: –

Циљ предмета

Циљеви изучавања овог предмета су да: се студенти упознају са значајем стратегијског маркетинга за стратегијско пословно одлучивање; упознају савремене концепте, методе, технике и алате стратегијског маркетинга (стр,атегија сегментације, стратегија брендирања, стратегија позиционирања, SWOT анализа, PEST анализа и др.); упознају основне елементе и принципе креирања маркетиншких планова и маркетиншких стратегија.

Исход предмета

Након савладавања материје овог предмета студенти ће бити оспособљени да: схвате улогу и значај дугорочног маркетинг планирања за креирање ефикасних пословних стратегија привредних субјеката; изврше анализу окружења маркетинга да идентификује шансе и опасности које тржиште пружа; идентификује јаке и слабе стране у односу на конкуренте и да ефикасно примени SWOT анализу и друге алате стратегијског маркетинга; анализира тржиште са становишта интензитета конкуренције и следствено томе да одабере одговарајућу конкурентску стратегију.

Садржај предмета

Теоријска настава

Улога и значај стратешког планирања. Стратегијско планирање маркетинг активности. Сврха и садржај маркетинг стратегије. Идентификовање тржишних могућности. Маркетинг стратегија и конкурентска предност. Стратегијски приступ програму развоја нових производа. Стратегијски приступ формирању цена. Стрaгетијски приступ дистрибуцији. Стратегијско интегрисано маркетинг комуницирање. Стратегија сегментације тржишта. Стратегија позиционирања производа. Стратегија брендирања. Маркетинг стратегија у глобалном окружењу. Организовање маркетинг активности. Контрола и ревизија маркетинг активности.

Практична настава

Практична настава је комплементарна предавањима.

Литература

1. Група аутора. *Стратегијски маркетинг* (уџбеник у припреми), БПШ – ВШСС.
2. Kotler, P., Keller, K. L., Martinović, M. (2014). *Upravljanje marketingom*, Zagreb: Mate.
3. Chernev, A., Kotler, P. (2014). *Strategic Marketing Management*, USA: Cerebellum Press.

Број часова активне наставе	**Теоријска настава: 45**	**Практична настава: 45**

Методе извођења наставе

Интерактивна настава, анализа примера из праксе, дискусије, креативне радионице.

Оцена знања (максимални број поена 100)

Предиспитне обавезе	поена	**Завршни испит**	поена
активност у току предавања	5	писмени испит	–
практична настава	5	усмени испит	30
приступни рад	20		
истраживачки рад	40		