Висока економска школа струковних студија
Пећ у Лепосавићу

АКРЕДИТАЦИЈА СТУДИЈСКОГ ПРОГРАМА

Студијски програм: Пословна економија

Назив предмета: ПОСЛОВНИ МАРКЕТИНГ

Статус предмета: Обавезни

Број ЕСПБ: 7

Услов: –

Циљ предмета

Циљеви су да се студенти упознају са величином, структуром и карактеристикама тржишта пословних купаца; да се студенти упознају са основним моделима понашања пословних купаца; да се упознају са управљачким варијаблама пословног маркетинга; да се упознају са основним стратегијама маркетинга за главне сегменте тржишта пословних купаца.

Исход предмета

Након савладавања материје овог предмета студенти ће бити оспособљени да разумеју кључне разлике између потрошачког тржиша и тржишта пословних купаца; да разумеју процес одлучивања пословних купаца; да разумеју карактеристике сегмената пословног тржишта; да савладају основне елементе креирања алтернативних стратегија пословног маркетинга.

Садржај предмета

Теоријска настава

Појам и значај пословног маркетинга. Класификација производа пословне потрошње. Специфичности пословног тржишта. Процес куповине пословних купаца. Сегментација и таргетирање пословног тржишта. Позиционирање пословних добара. Стратегија производа у пословном маркетингу. Стратегија цена производних добара. Стратегија дистрибуције у пословном маркетингу. Стратегија промоције у пословном маркетингу. Планирање пословног маркетинга.

Практична настава

Практична настава је комплементарна предавањима. Анализа случајева из праксе, креативне радионице и дискусије.

Литература

1. Група аутора. *Пословни маркетинг*, Београд: БПШ – ВШСС (уџбеник у припреми).
2. Глигоријевић, М. (2012). *Пословни маркетинг.* Београд: ЦИД ЕФ.

Број часова активне наставе	**Теоријска настава: 45**	**Практична настава: 30**

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	–		
истраживачки рад	60		