

Табела 5.2. Спецификација предмета

Студијски програм : Економија			
Назив предмета: Бренд менаџмент			
Наставник/наставници: Никола Милићевић			
Статус предмета: Обавезан на модулу Маркетинг и изборни на модулима Менаџмент и бизнис, Трговински маркетинг и менаџмент и Финансијски и банкарски менаџмент.			
Број ЕСПБ: 6			
Услов: -			
Циљ предмета Циљ предмета је да омогући разумевање процеса управљања брендом, савладавање потребних теоријских знања, као и стицање вештина неопходних за реализацију наведеног процеса.			
Исход предмета Студенти ће стећи одговарајућа теоријска знања у вези са основним принципима бренд менаџмента. Такође, кроз практичан део рада, студенти ће стећи вештине потребне за развој и имплементацију стратегије брендирања.			
Садржај предмета <i>Теоријска настава</i> Разумевање бренда и бренд менаџмента, Креирање везе између потрошача и бренда, Вредност бренда, сегментација и позиционирање, Архитектура бренда и стратегије брендирања, Интерна имплементација бренд менаџмент приступа, Екстерна имплементација бренд менаџмент приступа, Мерење вредности бренда, Специфични аспекти брендирања. <i>Практична настава</i> Практичан део ће обухватити групни рад студената на решавању студија случаја и креирању одговарајућих презентација.			
Литература Вељковић, С. (2010). Бренд менаџмент у савременим тржишним условима. Економски факултет: Београд			
Број часова активне наставе	Теоријска настава: 30	Практична настава: 30	
Методe извођења наставе Предавања, вежбе, консултације, дискусије, студије случаја			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	поена	Завршни испит	поена
активност у току предавања	5	писмени испит	
практична настава		усмени испт	30
колоквијум-и (2)	50 (2*25)	
семинари (1)	15 (1*15)		
Начин провере знања могу бити различити наведено у табели су само неке опције: (писмени испити, усмени испт, презентација пројекта, семинари итд.....			
*максимална дужна 2 странице А4 формата			