

**Табела 5.2. Спецификација предмета**

<b>Студијски програм :</b> Економија			
<b>Назив предмета:</b> Стратегијски маркетинг			
<b>Наставник/наставници:</b> Александар Грубор, Ксенија Лековић			
<b>Статус предмета:</b> Обавезан на модулу Маркетинг и изборни на модулима Менаџмент и бизнис и Трговински маркетинг и менаџмент.			
<b>Број ЕСПБ:</b> 6			
<b>Услов:</b> -			
<b>Циљ предмета</b> Полазећи од тржишне (маркетинг) оријентације предузећа, циљ је овладавање теоријским основама, као и неопходним вештинама за примену стратегијског маркетинга у савременим условима пословања.			
<b>Исход предмета</b> Након успешно усвојених знања из овог предмета студенти ће бити оспособљени да самостално препознају проблеме у пословном окружењу и доносе пословне одлуке у склопу маркетинг стратегија којима се потенцијалне опасности претварају у шансе за развој, а позитивни услови искоришћавају за бржи раст предузећа. При томе, основна вредност усвојених знања се очекује у испољавању креативности сваког студента појединачно у процесу осмишљавања, спровођења и контроле разноврсних маркетинг стратегија на нивоу предузећа, без обзира о којој области пословања је реч.			
<b>Садржај предмета</b> <i>Теоријска настава</i> Прва значајна целина предмета је усмерена ка овладавању основним знањима која су неопходна за усклађивање потенцијала предузећа са потребама тржишта како би се обезбедила конкурентска предност истог. Наредна област обухвата стратегијске приступе у програму развоја нових производа, односа марке и маркетинг стратегије као и стратегијских приступа у формирању цена производа. Потом следи дизајн маркетинг организације који је у функцији реализације претходно дефинисаног читавог спектра маркетинг стратегија, да би се у оквиру завршног дела предмета студенти упознали са концептима контроле и ревизије маркетинг активности. <i>Практична настава</i> Практичан део ће се односити на осмишљавање, спровођење и контролу разноврсних маркетинг стратегија на нивоу предузећа.			
<b>Литература</b> Милосављевић, М. (2010). Стратегијски маркетинг. Економски факултет: Београд			
<b>Број часова активне наставе</b>	<b>Теоријска настава: 30</b>	<b>Практична настава: 30</b>	
<b>Методe извођења наставе</b> Предавања, вежбе, консултације, дискусије, практичан рад			
<b>Оцена знања (максимални број поена 100)</b>			
<b>Предиспитне обавезе</b>	поена	<b>Завршни испит</b>	поена
активност у току предавања	5	писмени испит	
практична настава	15	усмени испт	30
колоквијум-и (2)	50 (2*25)	.....	
семинари			
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			