

<b>Студијски програм : ФИНАНСИЈЕ И БАНКАРСТВО</b> , основне академске студије, први ниво <b>Модул 1: Финансије, банкарство и осигурање, Модул 2: Буџет, порези и царине</b>			
<b>Назив предмета: МАРКЕТИНГ УСЛУГА</b>			
<b>Наставник: Васелић Д. Дарко</b>			
<b>Статус предмета:</b> изборни, трећа година, пети семестар			
<b>Број ЕСПБ: 8</b>			
<b>Услов:</b> нема услова			
<b>Циљ предмета</b> Предмет се фокусира на разумевање и управљање очекивањима потрошача и евалуацију услуге, дизајнирање услуга које задовољавају и превазилазе очекивања потрошача, управљање успешном испоруком услуге преко људских ресурса и технологије, саопштавање реалистичке и успешних обећања потрошачима. Кроз цео курс, акценти се стављају на укупну организацију и на који начин координирати различите функције у циљу остварења успешног маркетинга.			
<b>Исход предмета</b> Да овладају основним принципима и вештинама решавања комплексних проблема у реализацији маркетинг пројеката, методологијом за валоризацију различитих пројектних маркетинг опција, развоју услуга што укључује и развој креативних способности, способност критичког мишљења као и развијање способности за тимски рад и овладавање практичним вештинама.			
<b>Садржај предмета</b> <i>Теоријска настава</i> 1. Увођење студената у наставну дисциплину и начин рада на наставној дисциплини. Услужна економија 2. Природа услуге и увод у маркетинг и менаџмент услуга 3. Дефинисање и мерење сатисфакције потрошача 4. Стратегије задржавања потрошача 5. Квалитет услуге у функцији сатисфакције потрошача и остварења конкурентске предности 6. Дизајн и позиционирање услуге 7. Канали дистрибуције услуга 8. Први парцијални испит 9. Стратегије образовања цена и услужни амбијент 10. Улога људи (запослени и потрошачи) у процесу испоруке услуге 11. Проблеми дефинисања и имплементације стратегије у услужном бизнису 12. Стратегије тржишне комуникације и имиџ услужне организације 13. Стратегија тржишне комуникације и имиџ услужне организације 14. Стратегија интернационализације услуга 15. Имплементација маркетинга у услужном бизнису 16. Маркетинг стратегије на виртуелним тржиштима 17. Други парцијални испит <i>Практична настава</i> Вежбе обухватају припрему, израду и одбрану семинарског рада из тематских области обухваћених теоријском наставом.			
<b>Литература</b> 1. Вељковић, С. Маркетинг Услуга, ЦИД, Економски факултет, Београд 2. Љубојевић Ч.: Маркетинг услуга, Стилос, Нови Сад, 2002. 3. Миросављевић, М. Маркетинг услуга, БЛЦ, Бања Лука, 2010.			
<b>Број часова активне наставе</b>	<b>Теоријска настава: 3</b>	<b>Практична настава: 2</b>	
<b>Методе извођења наставе</b> Предавања и вежбе, самостална израда задатака, учење, консултације, семинарски рад.			
<b>Оцена знања (максимални број поена 100)</b>			
<b>Предиспитне обавезе</b>	поена	<b>Завршни испит</b>	поена
активност у току предавања	10	писмени испит	30
практична настава	10	усмени испит	
колоквијум-и	10	.....	
семинар-и	40		