

Маркетинг/ Интернет маркетинг



► Информације о предмету

- Семестар: II и VI
- Студијски програми: Информациони системи и Аудио и видео технологије
- Облици наставе:
3 часа предавања; 2 часа лабораториских вежби
- Предметни наставник: др Нада Сталетић, кабинет 503, nadas@viser.edu.rs
- Сарадници: дипл. Инж. Сара Савићевић, кабинет 505, saras@viser.edu.rs
инж. Бранислав Меанџија, кабинет 507, branislavm@viser.edu.rs
- Статус предмета: изборни
- ЕСПБ бодови: 6

► Циљ и исход предмета

- Циљ: Стицање основних знања и вештина из области маркетинга и интернет маркетинга. Савладавање метода и техника које се користе у маркетингу и интернет маркетингу и њихова примена у процесу управљања маркетингом.
- Исход: Након одслушаног курса студенти ће бити оспособљени да планирају, прате и врше контролу маркетинг процеса у самом предузећу. Студенти ће такође бити оспособљени за самостално успешно представљање на Интернету.

▶ Лабораторисјке вежбе

- ▶ Студенти на лаб. вежбама стичу знања кроз практичну примену *online* сервиса и техника у области маркетинга и интернет маркетинга.
- ▶ Лаб. вежбе се одржавају у рачунарским лабораторијама Школе.
- ▶ Услов за полагање испита је 80% урађених лаб. вежби.

► Оцењивање

- Предавања:

На предавањима студенти могу освојити максимално 10 бодова

- Лабораторијске вежбе – услов за полагање испита

Студенти на лаб. Вежбама могу освојити максимално 30 бодова

- Испит

60 бодова (2 колоквијума по 30 бодова)

► Формирање оцене

- ▶ 51 – 60,5 \longrightarrow оцена 6 (шест)
- ▶ 61 – 70,5 \longrightarrow оцена 7 (седам)
- ▶ 71 – 80,5 \longrightarrow оцена 8 (осам)
- ▶ 81 – 90,5 \longrightarrow оцена 9 (девет)
- ▶ 91 – 100 \longrightarrow оцена 10 (десет)

▶ Литература

- ▶ Основна литература:

Уџбеник: Милица Јевремовић, Нада Сталетић „Интернет маркетинг“, АТУСС, Београд, 2021;

Приручник: Милица Јевремовић, Нада Сталетић „Интернет маркетинг – приручник за лабораторијске вежбе“, АТУСС, Београд, 2022.

- ▶ Препоручена литература:

В. Филиповић, М. Костић-Станковић, „Маркетинг менаџмент“, ФОН, Београд, 2009.

F. Kotler, K. L. Keler, Marketing menadžment, Data status, Beograd, 2006.

Robert Kurtz, Konačni marketing, e-knjiga