



АКАДЕМИЈА СТРУКОВНИХ СТУДИЈА ЗАПАДНА СРБИЈА

Седиште Ужице, Трг Светог Саве 34

О Д С Е К У Ж Ц Е

План рада

Назив предмета	Маркетинг услуга				
Студијски програм/и (модул)	МСС Економске науке и менаџмент Модул Рачуноводство, ревизија и финансије Модул Менаџмент у туризму Модул Стратегијски менаџмент				
Година студија	II	Семестар	IV	ЕСПБ	6
Статус предмета	Изборни	Услов	/		

Подаци о наставницима и сарадницима на предмету	
Име и презиме, академско звање, термин консултација, електронска адреса	Др Зорица Сагић Професор струковних студија, Понедељак од 11-13 zoricasagic@gmail.com
Име и презиме, академско звање, термин консултација, електронска адреса	

Циљеви предмета
Маркетинг је пословна дисциплина оријентисана ка пракси. Од посебног је значаја за пословање организација у тржишној привреди, а нарочито у савременим условима глобализације тржишта и јаке конкуренције у свим аспектима пословања, што је карактеристично и за тржиште Републике Србије. Развојем привреде и друштва долази до експанзије услужног сектора. Временом је овај сектор постао доминантна снага у развијеним земљама. Због значаја услужних делатности за националну економију, али и због специфичности услуга и пословања у услужним делатностима, маркетинг услуга је посебно подручје примене маркетинга које захтева самим тим и посеан приступ. Циљ предмета Маркетинг услуга је да полазнике упуту у специфичности примене маркетинга у растућем сектору услуга и научи их на који начин да у пракси успешно примењују маркетиншку филозофију размишљања и пословања у овој области.

Садржај и структура предмета
Целине које се обрађују на часовима структуриране су на начин да студентима дају теоријска и практична знања из области Маркетинга услуга. Подразумева се интерактивност у раду и комбинација предавања, вежби и пројектног принципа, како би полазници курса усвојили потребна знања за успешан рад у пракси и научили да их самостално и/или у тиму примењују. Основне области које се изучавају: <ul style="list-style-type: none">- Увод у маркетинг услуга;- Анализа потрошача у услужном сектору;

- Развој дугорочних односа са потрошачима;
- Анализа и управљање елементима понуде услужне организације.

План и распоред извођења наставе	
Наставна недеља	НАЗИВ НАСТАВНЕ ЈЕДИНИЦЕ
Предавања	
1	Увод у маркетинг услуга.
2	Развој маркетинг услуга
3	Повезаност сатисфакције потрошача и квалитета услуге
4	Развој дугорочних односа са потрошачима
5	Стратегија услужног предузећа у ситуацијама незадовољства потрошача
6	Услужни амбијент као елемент маркетинг микса
7	Упраљање услужним процесом
8	Управљање људима у организацијама из области услуга
9	Управљање капацитетима и тражњом у услужном сектору
10	Цена као инструмент услужног маркетинг микса
11	Интегрисане маркетинг комуникације услужне организације
12	Дистрибуција у услужним делатностима
13	Сегментација тржишта
14	Туристичко тржиште, карактеристике туристичке понуде и тражње
15	Колоквијум
Вежбе	
1	Појам и карактеристике услуга
2	Понашање потрошача у процесу куповине услуга
3	Истраживање тржишта услуга у функцији разумевања потрошача
4	Развој дугорочних односа са потрошачима
5	Брендирање и позиционирање у услужном сектору
6	Испорука услуга физичким и електронским каналима
7	Упраљање услужним процесом
8	Маркетинг у туризму на макро и микро нивоу
9	Дистрибуција; Одбрана семинарских радова
10	Примена интегралног маркетинга у турзму
11	Презентирање и анализа случајева из маркетиншке праксе домаћих и страних компанија
12	Одбрана семинарских радова
13	Одбрана семинарских радова
14	Одбрана семинарских радова
15	Одбрана семинарских радова

Начин оцењивања – структура и број поена на предиспитним обавезама и испиту			
Предиспитне обавезе	поена	Завршни испит	поена
активност у току предавања	10	усмени испит	50
практична настава	10		
колоквијум-и	20		
семинар-и	10		

Литература
Основни уџбеник: Саша В., 2018., Маркетинг услуга, Београд, Економски факултет .

Допунски уџбеник:

Сагић З., 2016., Маркетинг, Београд, Научна КМД.