



Стандард 05. - Курикулум

Табела 5.1 Спецификација предмета на студијском програму докторских студија

Наставни предмет	ИСИТ у маркетингу и комуникацијама-одабрана поглавља				
Ознака предмета:	D20033				
Број ЕСПБ:	10				
Наставник (ци)	Јаничић Р. Радмила, Редовни професор Костић-Станковић М. Милица, Редовни професор Штављанин Б. Велимир, Редовни професор				
Статус предмета:	И				
Број часова активне наставе	Теоријска настава:	4	Студијско истраживачки рад:	3	
Предмети предуслови	Нема				
1. Образовни циљ:					
<p>СТИЦАЊЕ ВРХУНСКИХ ТЕОРИЈСКИХ И ПРАКТИЧНИХ ЗНАЊА У ОБЛАСТИ ПРИМЕНЕ ИНФОРМАЦИОНИХ СИСТЕМА И ТЕХНОЛОГИЈА У МАРКЕТИНГУ И КОМУНИКАЦИЈАМА КОЈЕ ЋЕ ОМОГУЋИТИ КРИТИЧКО РАЗУМЕВАЊЕ ОБЛАСТИ И САМОСТАЛНО ВОЂЕЊЕ ИСТРАЖИВАЊА КАКО БИ СЕ ПРОШИРИЛА И РЕДЕФИНИСАЛА ПОСТОЈЕЋА ЗНАЊА И НАУЧНИ РЕЗУЛТАТИ. УПОЗНАВАЊЕ СТУДЕНАТА СА ВОЂЕЊА СЛОЖЕНИХ ИСТРАЖИВАЧКИХ ПРОЈЕКТА У ОБЛАСТИ ИНФОРМАЦИОНИХ СИСТЕМА И ТЕХНОЛОГИЈА У МАРКЕТИНГУ И КОМУНИКАЦИЈАМА.</p>					
2. Исходи образовања (Стечена знања):					
<p>СТУДЕНТ ЋЕ НАКОН УСПЕШНОГ САВЛАДАВАЊА ПРЕДМЕТА ПОСЕДОВАТИ ВРХУНСКА ЗНАЊА У ОБЛАСТИ ИНФОРМАЦИОНИХ СИСТЕМА И ТЕХНОЛОГИЈА У МАРКЕТИНГУ И КОМУНИКАЦИЈАМА КОЈА ЋЕ МУ ОМОГУЋИТИ ДА КРИТИЧКИ АНАЛИЗИРА САВРЕМЕНЕ МОДЕЛЕ, КОНЦЕПТЕ И ТЕОРИЈЕ И ИДЕНТИФИКУЈЕ КЉУЧНЕ ПРОБЛЕМЕ. СТУДЕНТ ЋЕ БИТИ ОСПОСОБЉЕН ЗА САМОСТАЛНО ВОЂЕЊЕ ИСТРАЖИВАЊА У ЦИЉУ УНАПРЕЂЕЊА ПОСТОЈЕЋИХ ЗНАЊА И КРЕИРАЊА НОВИХ ИНТЕГРИСАНИХ МОДЕЛА КОЈИ ПОВЕЗУЈУ САВРЕМЕНЕ ИНФОРМАЦИОНЕ СИСТЕМЕ И ТЕХНОЛОГИЈЕ И МАРКЕТИНГ И КОМУНИКАЦИЈЕ. СТУДЕНТ ЋЕ У ПОТПУНОСТИ ОВЛАДАТИ ЗНАЊИМА ПОТРЕБНИМ ЗА ВОЂЕЊЕ ИНТЕРДИСЦИПЛИНАРНИХ ПРОЈЕКТА У ОБЛАСТИ ИНФОРМАЦИОНИХ СИСТЕМА И ТЕХНОЛОГИЈА У МАРКЕТИНГУ И КОМУНИКАЦИЈАМА.</p>					
3. Садржај/структура предмета:					
<p>Теоријска настава Савремени трендови примене информационих система и технологија у маркетингу и комуникацијама. Концепт односа са стејхолдерима. Потрошач и дигитално окружење. Савремени модели одлучивања потрошача у дигиталном окружењу. Управљање животним циклусом потрошача. Моделирање потрфолија купаца. Доживљај потрошача у мултиканалном окружењу. Модели управљања доживљајем потрошача. Друштвени CRM. Управљање односима са партнерима. Модели аутоматизације у маркетингу. Аутоматизација услужних сервиса. Модели аутоматизације продаје. Интегрисана дигитална комуникација. Софтверска подршка стратешким комуникацијама. Савремене технолошке платформе (мобилне платформе, проширена и увећана реалност, IoT) у маркетингу и комуникацијама. Савремени извора података (дигитално окружење, друштвени медији, дигитални уређаји) и изазови за маркетинг и комуникације. Управљање подацима у маркетингу и комуникацијама. Рачунарство у облаку и маркетинг и комуникације. Метрици и мерење у окружењу савремених информационих система и технологија.</p> <p>Практична настава Анализа „купчевог пута“. Израда мапе „купчевог пута“ у мултиканалном окружењу. Истраживање доживљаја потрошача. Анализа модела дигиталних комуникација. Израда стратегије дигиталних комуникација. Имплементација система дигиталних комуникација. Интеграција система дигиталних комуникација и управљања односима са потрошачима. Системи мерења перформанси у маркетингу и комуникацијама. Рад на истраживању у области информационих система и технологија у маркетингу и комуникацијама. Дефинисање теме истраживачког рада са наставником. Прикупљање литературе у области теме истраживачког рада. Преглед релевантне литературе у области теме истраживачког рада. Конципирање и реализација истраживања. Анализа резултата истраживања. Презентација резултата истраживања и писање истраживачког рада.</p>					
4. Методе извођења наставе:					
<p>Предавања која укључују интерактивну дискусију, анализу студија случаја, анализу концепата и модела предметне области. Израда истраживачког рада, консултације током израде истраживачког рада.</p>					
Оцене знања (максимални број поена 100)					
Предиспитне обавезе		Обавезна	Поена	Завршни испит	
Пројектни/семинарски рад		Да	40.00	Усмени испит	
Семинарски рад		Да	30.00		
Литература					
Р.бр.	Аутор-и	Наслов		Издавач	Година
1,	Костић-Станковић, М., Филиповић, В., Штављанин, В.	Маркетинг		ФОН	2017
2,	Костић-Станковић, М., Филиповић, В., Властелица, Т.	Односи с јавношћу		ФОН	2020



Стандард 05. - Курикулум

Литература				
Р.бр.	Аутор-и	Наслов	Издавач	Година
3,	Костић-Станковић М	Маркетиншко комуницирање у управљању односима са купцима	Задужбина Андрејевић, Београд	2013
4,	Лазаревић Б., Марјановић, З., Аничић, Н., Бабарогић, С.	Базе података	ФОН, Београд	2010
5,	Hughes, A.M.	Strategic Database Marketing: The Masterplan for Starting and Managing a Profitable, Customer-Based Marketing Program (4th edition)	McGraw-Hill Education	2012
6,	Turban, E., Pollard, C., Wood, G	Information Technology for Management: Driving Digital Transformation to Increase Local and Global Performance, Growth and Sustainability (12th Edition)	Wiley	2021
7,	Moutinho, L., Chien, C.S.	Problems in Marketing: Applying Key Concepts and Techniques (2nd edition)	SAGE Publications	2007
8,	Baran, R.J., Galka, R.J.	Customer Relationship Management: The Foundation of Contemporary Marketing Strategy	Taylor & Francis	2016
9,	Hanlon, A.	Digital Marketing: Strategic Planning & Integration	SAGE Publications Ltd	2019