



Стандард 05. - Курикулум

Табела 5.1 Спецификација предмета на студијском програму докторских студија

Наставни предмет		Модели у маркетингу и комуникацијама				
Ознака предмета:	D20051					
Број ЕСПБ:	10					
Наставник (ци)	<p>Штављанин Б. Велимир, Редовни професор Костић-Станковић М. Милица, Редовни професор Јаничић Р. Радмила, Редовни професор Цицварић Костић М. Славица, Редовни професор Дамњановић Ж. Весна, Редовни професор</p>					
Статус предмета:	И					
Број часова активне наставе	Теоријска настава:	4	Студијско истраживачки рад:	3		
Предмети предуслови		Нема				
1. Образовни циљ:						
<p>Упознавање студената са врхунским теоријским и практичним знањима моделирања у маркетингу и комуникацијама и опосредовање за примену великог броја напредних модела у самосталном истраживању како би се решили кључни проблеми доношења ефикасних одлука у маркетингу и комуникацијама. Поред тога, студенти ће стећи знања потребна за интеграцију постојећих модела у процесе стратешког планирања, дефинисање инструмената маркетинга и контролу маркетинг активности.</p>						
2. Исходи образовања (Стечена знања):						
<p>Врхунска теоријска и практична знања критичке анализе савремених модела у маркетингу и комуникацијама и спровођења самосталних оригиналних истраживања. Примена савремених метода, алата и технологија како би унапредили и редефинисали постојеће моделе, али и створили нове моделе у маркетингу и комуникацијама. Оспособљавање за вођење сложених мултидисциплинарних пројеката у домаћем и међународном окружењу.</p>						
3. Садржај/структура предмета:						
<p>Теоријска настава Маркетинг инжењеринг и маркетинг модели у маркетингу и комуникацијама. Модел одзива тржишта. Модел декомпозиције тржишног учешћа. Модели сегментације. Модели позиционирања. Стратешка анализа тржишта. Стратешко доношење одлука. Стратешки сценарији. QSPM. Развој маркетинг програма. Модели у развоју производа. Модели дифузије нових производа (Роџерсов модел, Басов модел). Модели у брендирању. Модел знања о бренду. Модели вредности бренда (Brand equity теор, СВВЕ). Модели у маркетиншким комуникацијама. Модели у дигиталном маркетингу. Моделирање доживљаја потрошача. Моделирање онлајн понашања потрошача. Моделирање у продаји и избору канала. Модели продаје у електронској трговини. Моделирање цене. Моделирање односа са потрошачима. Животна вредност потрошача - CLV. Модели задовољства потрошача (CD модел, Нето резултат промотера). Маркетинг истраживања. Маркетинг информациони системи. Савремене технологије и примена модела.</p> <p>Практична настава Савремене технике у моделирању. Софтверска подршкамоделирању у маркетингу. Савремене методе сегментације. Имплементација модела сегментације. Перцептуалне мапеи мултидимензионо скалирање. Моделирање тражње и анализа трендова. Животни циклус производа. Моделирања уласка и изласка са тржишта. Портфолио производа. Модели планирања производа. Концоин анализа и развој производа. Предвиђање продаје. Маркетинг тестирање. Ефекти оглашавања. Буџетирање. Избор медија. Атрибуциони модел. Моделирање продајне снаге. Моделирање продајне територије. Избор канала дистрибуције и продаје. Планирање цене. Интерактивно одређивање цене. Цена линије производа. Ефекти унапређења продаје. Агрегатни модел унапређења продаје. Модели CLV. Примена дејта мајнинга у маркетингу.</p>						
4. Методе извођења наставе:						
<p>Предавања, интерактивна дискусија, студије случаја, учествовање у интерактивним радионицама и презентација резултата, израда пројектног рада, консултације током израде пројектног рада.</p>						
Оцене знања (максимални број поена 100)						
Предиспитне обавезе		Обавезна	Поена	Завршни испит	Обавезна	Поена
Пројектни задатак		Да	40.00	Усмени испит	Да	30.00
Семинарски рад		Да	30.00			
Литература						
Р.бр.	Аутор-и	Наслов		Издавач	Година	
1,	Костић-Станковић, М., Филиповић, В., Штављанин, В.	Маркетинг		ФОН	2017	



Стандард 05. - Курикулум

Литература				
Р.бр.	Аутор-и	Наслов	Издавач	Година
2,	Костић-Станковић, М., Филиповић, В., Властелица, Т.	Односи с јавношћу	ФОН	2020
3,	Костић-Станковић, М.	Маркетиншко комуницирање у управљању односима са купцима	Задужбина Андрејевић	2013
4,	Bendle, N., Farris, P., Pfeifer, P.E., Reibstein, D.	Marketing Metrics: The Manager's Guide to Measuring Marketing Performance (4rd edition)	Pearson Education	2020
5,	Grigsby, M.	Marketing Analytics: A Practical Guide to Improving Consumer Insights Using Data Techniques (2nd edition)	Kogan Page	2018
6,	Moutinho, L., Chien, C.S.	Problems in Marketing: Applying Key Concepts and Techniques (2nd edition)	SAGE Publications	2007
7,	Venkatesan, R., Farris, P.W., Wilcox, R.T.	Marketing Analytics – Essential Tools for Data-Driven Decisions	UVA Darden Business Publishing	2021
8,	Lilien, G.L., Rangaswamy. A., De Bruyn, A.	Principles of Marketing Engineering and Analytics(3rd edition)	DecisionPro, Inc	2017