



## Акредитација студијског програма

МАСТЕР АКАДЕМСКЕ СТУДИЈЕ (МАС)

Стратешки маркетинг и комуникације

## Стандард 05. - Курикулум

Табела 5.2 Спецификација предмета

Студијски програм	Стратешки маркетинг и комуникације				
Назив предмета	01.M20027 Друштвено одговорни маркетинг				
Наставник (ци)	Јовић Р. Марија, Ванредни професор Властелица Л. Тамара, Ванредни професор				
Статус предмета	ИМ				
Број ЕСПБ	6				
Услов	Нема.				
Предмети предуслови	Нема				
Циљ предмета					
Упознавање студената са стратешким концептом корпоративне друштвене одговорности и методама планирања, организовања и контроле маркетинга у складу са принципима, политиком и процедурама друштвено одговорног пословања. Упознавање са теоријским и практичним приступом конципирању производа, дистрибуције, цене и промоције на друштвено одговоран начин.					
Исход предмета					
СТИЦАЊЕ теоријских и практичних знања и вештина из области друштвено одговорног маркетинга. ИЗГРАЂЕНА способност и познавање методологије планирања и управљања друштвено одговорним маркетингом и примене кључних индикатора перформанси корпоративне друштвене одговорности. Успешна примена стечених знања у даљем академском раду или у пракси - интегрисање принципа друштвене одговорности у маркетиншке планове и активности, као и планирање маркетиншких кампања у циљу комуникације друштвене одговорности организације.					
Садржај предмета					
Теоријска настава Концепт и димензије корпоративне друштвене одговорности. Појам циркуларне економије и утицај на савремену маркетиншку праксу. Економска, законска, етичка и филантропска димензија друштвене одговорности маркетинга. Одрживо пословање и одговорност на тржишту. Заштита права потрошача. Етичка конкуренција. Развој добављача. Едукација јавности за друштвено одговорно понашање. Улагање у друштвену заједницу. Утицај друштвене одговорности на маркетиншке перформансе и понашање потрошача. Управљање друштвеном одговорношћу у компанији. Евалуација и мерење друштвене одговорности. Институције и индекси друштвене одговорности. Друштвено одговорни аспекти производа. Означивање производа. Друштвено одговорни аспекти цене. Друштвено одговорни аспекти дистрибуције. Друштвено одговорни аспекти маркетиншке комуникације. Комуницирање и промовисање друштвено одговорног пословања. Интегрисање корпоративне друштвене одговорности, маркетиншких и корпоративних комуникација. Етички аспекти комуникације. Маркетинг са друштвеним поводом. „Зелени маркетинг“. Социјални маркетинг. Интегрисане медијске кампање у функцији промоције друштвене одговорности.					
Практична настава Анализа примера из праксе и студије случаја. Израда маркетинг плана уз уважавање принципа друштвене одговорности и кључних индикатора перформанси корпоративне друштвене одговорности. Истраживање друштвено одговорне праксе у земљи и на глобалном нивоу. Симулације решавања конкретних пословних проблема. Осмишљавање кампање социјалног маркетинга и маркетинга са друштвеним поводом. Анализа етичности промотивних и медијских кампања. Израда плана комуникације корпоративне друштвене одговорности. Израда извештаја о одрживом пословању.					
Литература					
Р.бр.	Аутор-и	Наслов	Издавач	Година	
1,	Властелица Т.	Корпоративна репутација и друштвена одговорност	Задужбина Андрејевић, Београд	2016	
2,	Iannuzzi A.	Greener Products: The Making and Marketing of Sustainable Brands	CRC Press	2017	
3,	Ottman A. J.	The New Rules of Green Marketing: Strategies, Tools, and Inspiration for Sustainable Branding	Berrett-Koehler Publishers	2011	
4,	Kotler F. Li N.	Korporativna društvena odgovornost	HeraEdu	2009	
Број часова активне наставе	Теоријска настава	Практична настава			Остали часови
		Вежбе	ДОН	СИР	
	2	2	0	0	0
Методe извођења наставе					
предавања, демонстративни метод, студије случајева, учење кроз заједнички рад на решавању практичних проблема, самостално истраживање студената и решавање проблема на основу добијених задатака, самосталан рад студената кроз учење и израду семинарских радова и пројектних задатака.					



УНИВЕРЗИТЕТ У БЕОГРАДУ, ФАКУЛТЕТ ОРГАНИЗАЦИОНИХ НАУКА

11040 БЕОГРАД, ЈОВЕ ИЛИЋА 154



## Акредитација студијског програма

МАСТЕР АКАДЕМСКЕ СТУДИЈЕ (МАС)

Стратешки маркетинг и комуникације

### Стандард 05. - Курикулум

Оцене знања (максимални број поена 100)					
Предиспитне обавезе	Обавезна	Поена	Завршни испит	Обавезна	Поена
Активност на предавањима	Да	10.00	Усмени испит	Да	50.00
Пројектни/семинарски рад	Да	40.00			