



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.M20053 ИСиТ у маркетингу и комуникацијама				
Наставник (ци)	Костић-Станковић М. Милица, Редовни професор Штављанин Б. Велимир, Редовни професор Дамњановић Ж. Весна, Редовни професор				
Статус предмета	ИМ				
Број ЕСПБ	6				
Услов	Нема.				
Предмети предуслови	Нема				
Циљ предмета	Упознавање студената са концептима маркетинга и комуникација и потребама за различитим информацијама за ефикасно доношење одлука. Обезбеђивање теоретских и практичних знања која се односе на примену информационих система и технологија у маркетингу и комуникацијама како на стратешком, тако и на тактичком и оперативном нивоу.				
Исход предмета	Студент ће након успешног савладавања предмета моћи да: •Дефинише и опише концепт и компоненте информационих система у маркетингу и комуникацијама и идентификује активности које ови системи могу да обављају •Имплементира и користи информационе системе и технологије у решавању различитих проблема у маркетингу и комуникацијама				
Садржај предмета	<p>Теоријска настава</p> <p>Основни концепти маркетинга и комуникација. Потребе маркетинга и комуникација за информацијама. Маркетинг интелигенција. Систем маркетинг истраживања. Маркетинг информациони систем. Информације и доношење одлука у маркетингу. Корпоративно планирање ресурса (ERP) и стејкхолдери у маркетингу. Понашање потрошача и маркетинг информациони системи. Аутоматизација корисничког сервиса. Маркетинг аутоматизација. Информациона подршка дигиталном маркетингу. Информациони системи у продаји. Системи електронске продаје. Системи управљања кључним купцима. Управљање односом са купцима (CRM). Комерцијална решења и решења отвореног кода. Bitrix24. MicrosoftDynamicsCRM. OracleCX. Улога ERP-а у CRM-у. Концепт CRM-а: циљеви CRM-а, предности CRM-а и компоненте CRM-а. Типови CRM-а: оперативни CRM, аналитички CRM, колаборативни CRM, Подмодули CRM-а: маркетинг модул; сервисни модул; продајни модул.</p> <p>Практична настава</p> <p>Практична примена софтверских решења у маркетингу и комуникацијама. Упознавање са конкретним CRM системима (системима маркетинг аутоматизације). Креирање кампања. Спровођење кампања. Анализа резултата кампања. Изградња електронске продавнице. Дигитални канали комуникације електронске продавнице и маркетинг аутоматизација. Повезивање електронске продавнице са CRM системом. Примери примене решења. Пројектни задатак.</p>				
Литература					
Р.бр.	Аутор-и	Наслов	Издавач	Година	
1,	Костић-Станковић, М., Филиповић, В., Штављанин, В.	Маркетинг	ФОН, Београд.	2017	
2,	Лазаревић Б., Марјановић, З., Аничић, Н., Бабарогић, С.	Базе података	ФОН, Београд.	2010	
3,	Костић-Станковић М.	Маркетиншко комуницирање у управљању односима са купцима	Задужбина Андрејевић, Београд	2013	
4,	Chaffey, D., Hemphill, T., Edmundson-Bird, D	Digital Business and E-Commerce Management, 7th Edition	Pearson	2019	
5,	Buttle, F., Maklan, S.	Customer Relationship Management: Concepts and Technologies 4th Edition	Routledge	2019	
Број часова активне наставе	Теоријска настава	Практична настава			Остали часови
		Вежбе	ДОН	СИР	
	2	2	0	0	0

**Акредитација студијског програма**

МАСТЕР АКАДЕМСКЕ СТУДИЈЕ (МАС)

Стратешки маркетинг и комуникације

Стандард 05. - Курикулум**Методe извођења наставe**

Предавања илустрована помоћним аудио-визуелним средствима, интерактивна дискусија, рад у малим групама, решавање и представљање студија случајева, самостално истраживање студената, консултације у изради пројектног рада и самосталан рад студената кроз учење и израду пројектног рада.

Оцене знања (максимални број поена 100)

Предиспитне обавезе	Обавезна	Поена	Завршни испит	Обавезна	Поена
Израда пројекта	Да	50.00	Писмени испит	Да	30.00
Практична настава	Да	20.00			