



## 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.M20064 Маркетинг метрика и перформансе продаје				
Наставник (ци)	Дамњановић Ж. Весна, Редовни професор Вукмировић А. Јованка, Ванредни професор Милосављевић С. Милош, Ванредни професор				
Статус предмета	ОМ				
Број ЕСПБ	6				
Услов	Нема.				
Предмети предуслови	Нема				
Циљ предмета	Циљеви предмета су стицање знања и вештина потребних за потпуно разумевање дефинисања и праћења кључних индикатора успеха у маркетингу и продаји. Стратешки приступ дефинисања показатеља продаје и маркетинг метрике у односу на постављене циљеве.				
Исход предмета	<p><b>Знања</b> Критичка евалуација и разумевање процеса дефинисања, анализе и праћења кључних индикатора у продаји и маркетингу. Разумевање повезаних области продаје, маркетинга и финансија при дефинисању стратегије продаје и маркетинга.</p> <p><b>Вештине</b> Аналитика података, прављење извештаја и доношење менаџерских одлука. Способност истраживања стратешких и оперативних индикатора успеха у продаји и маркетингу. Вештине анализа и препорука праћења стратегије купаца и потрошача преко Demandmetrix алата који мери кључне показатеље успеха за продају и маркетинг.</p>				
Садржај предмета	<p><b>Теоријска настава</b> Улога метрике у пословању. Кључни фактори успеха и кључни показатељи пословања. Мерење резултата маркетинг одељења. Мерење ефективности маркетинг микса. Праћење вредности бренда и анализа финансијског извештаја. Мерење тржишног учешћа и потенцијала продаје. Креирање планова продаје и маркетинга на бази дефинисаних циљева. Праћење резултата дигиталног маркетинга и продаје. Анализа квалитативних и квантитативних показатеља у дигиталном маркетингу. Мерење резултата продајне службе. Употреба информационих технологија за праћење показатеља продаје. Праћење маркетинг и продајних показатеља при увођењу нових технологија у малопродаји. Финансијска анализа перформанси продаје. Приказ маркетинг и продајних алата за праћење резултата. Развој модела за KPI и Dashboard извештавање за маркетинг и продају.</p> <p><b>Практична настава</b> Креирање продајне и маркетинг стратегије, акционог плана и праћење ефеката. Извештавање за продајне тимове. Приступирачунававажних показатеља у продаји и маркетингу. Побољшање повраћајана маркетинг инвестиције у складу са дефинисаном стратегијом. Одређивање доживотно вредности за купца. Одређивање трошкова за аквизицију и задржавање клијената. Дефинисање маркетинг и продајних пословних модела. Анализа маркетинг и продајне метрике у различитим индустријама.</p>				
Литература					
Р.бр.	Аутор-и	Наслов	Издавач	Година	
1,	Smith, B.	Essential Sales and Marketing KPIs: 80 Full KPI Definitions Included	Metric Press.	2018	
2,	Дамњановић, В.	Стратегија управљања односима с купцима у продаји и маркетингу	Задужбина Андрејевић	2015	
Број часова активне наставе	Теоријска настава	Практична настава			Остали часови
		Вежбе	ДОН	СИР	
	2	2	0	0	0
Методe извођења наставе	Интерактивна предавања, игре улога, анализа и решавање студија случајева, учење кроз заједнички рад на решавању практичних проблема, самостално истраживање студената и решавање проблема на основу добијених задатака, консултације у изради пројектног задатка и давање конструктивне повратне информације од предавача.				
Оцене знања (максимални број поена 100)					
Предиспитне обавезе	Обавезна	Поена	Завршни испит	Обавезна	Поена
Практична настава	Да	70.00	Усмени испит	Да	30.00