



## 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.M20119 Предузетнички маркетинг и комуникације					
Наставник (ци)	Штављанин Б. Велимир, Редовни професор Џицварић Костић М. Славица, Редовни професор Окановић Ж. Милан, Доцент					
Статус предмета	ИМ					
Број ЕСПБ	6					
Услов	Нема.					
Предмети предуслови	Нема					
Циљ предмета	Обучити студенте за примену специјализованих маркетиншка знања и креирање комуникационих стратегија у процесу развоја предузетничких идеја, иновативних производа и услуга и скалабилних пословних модела.					
Исход предмета	<p>Након успешног савладавања предмета студенти ће бити способни да</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• примене специјализована маркетиншке методе и технике у процесу развоја стартапа,</li> <li>• истраже и анализирају тржишне шансе и потребе купаца, скицирају релевантно тржишно окружење, концептуализују иновативни производ или услугу и тиме умање тржишну неизвесност у развоју предузетничке идеје,</li> <li>• испланирају и самостално примене различите технике маркетиншких комуникација у свим фазама развоја стартапа.</li> </ul>					
Садржај предмета	<p>Теоријска настава Маркетинг функција у предузетништву. Концепт и димензије предузетничког маркетинга. Фазе развоја предузетничких подухвата. Технолошки стартап и. Животни циклус усвајања технологија. Улога купаца у развоју стартапа и заједничко креирање вредности. Истраживање тржишта. Развој корисничког искуства (customer experience). Производ минималних функционалности. Кориснички пут (Customer journey). Животна вредност корисника (Customer lifetime value). Дизајн пословног модела. Стратегије промоције у предузетништву. Стратегије аквизиције купаца. RACE модел. Маркетинг заснован на садржају. Брендирање у предузетништву. Презентација стартапа. Предузетничко окружење и стартап екосистем. Стејколдери у развоју стартапа.</p> <p>Практична настава Идентификовање тржишних проблема и потреба корисника. Интервју проблема/решења. Профилсање купаца. Процена величине тржишта. Дизајн корисничког искуства. Дизајн производа минималних функционалности. Развој RACE модела и планирање дигиталног садржаја. Вештине и технике презентације стартапа. Анализа студија случаја.</p>					
Литература						
Р.бр.	Аутор-и	Наслов	Издавач	Година		
1,	Рис, Е.	Стартап начин	iLearn d.o.o.	2018		
2,	Moore, G.	Crossing the Chasm, Marketing and selling technology products to mainstream customers.	New York, N.Y.: Harper Business.	2014		
3,	Окановић, М., Јевтић, М., Стефановић, Т.	Organizational Changes in Development Process of Technology Startups	Springer, Cham.	2020		
Број часова активне наставе	Теоријска настава	Практична настава			Остали часови	
		Вежбе	ДОН	СИР		
	2	2	0	0	0	
Методe извођења наставе	интерактивна настава, дискусија у мањим и већим групама, тимски рад, анализа студија случаја, истраживање тржишта, тимски и индивидуални рад на развоју предузетничких идеја					
Оцене знања (максимални број поена 100)						
	Предиспитне обавезе	Обавезна	Поена	Завршни испит	Обавезна	Поена
	Активност на предавањима	Да	20.00	Писмени испит	Да	50.00
	Практична настава	Да	30.00			