

SYLLABUS

1. Puni naziv nastavnog predmeta:

MARKETING USLUGA

2. Skraćeni naziv nastavnog predmeta / šifra:

ne popunjavati

3. Ciklus studija:

1

4. Bodovna vrijednost ECTS:

7

5. Status nastavnog predmeta: Obavezni Izborni**6. Preduslovi za polaganje nastavnog predmeta:**

nema

7. Ograničenja pristupa:

nema

8. Trajanje / semestar:

1

6

9. Sedmični broj kontakt sati:

9.1. Predavanja:

4

9.2. Auditorne vježbe:

2

9.3. Laboratorijske / praktične vježbe:

0

10. Fakultet:

Ekonomski

11. Odsjek / Studijski program:

Ekonomija

12. Odgovorni nastavnik:

Dr. sc. Ermina Mustafić red. prof.

13. E-mail nastavnika:

ermina.mustafic@untz.ba

14. Web stranica:

www.ef.untz.ba

15. Ciljevi nastavnog predmeta:

Upoznavanje studenata sa osnovnim pojmovima iz teorije i prakse marketinga usluga, njegovim karakteristikama i specifičnostima.

16. Ishodi učenja:

Razviti sposobnost studenata da razumiju specifičnost marketinga u uslužnom sektoru.

17. Indikativni sadržaj nastavnog predmeta:

1. Marketing usluga-specifičnosti i obilježja
2. Segmentiranje uslužnog tržišta, odabir ciljnog tržišta i pozicioniranje
3. Razvoj i implementacija strategije marketing usluga
3. Marketing miks uslužnog preduzeća-7P
4. Politika usluga
5. Politika usluga-upravljanje kvalitetom
6. Politika cijena uslužnog asortimana
7. Politika distribucije usluga
8. Politika distribucije-uticaj savremenih tehnologija
9. Politika promocije usluga
10. Promocija putem društvenih medija
11. Ljudi kao element uslužnog marketing miksa
12. Fizičko okruženje kao element marketing miksa
13. Procesi pružanja usluga kao element uslužnog marketing miksa
14. Satisfakcija korisnika usluga-pojam i značaj
15. Satisfakcija korisnika usluga -mjerjenje

18. Metode učenja:

Predavanja, vježbe (A), seminarski radovi i konsultacije.

Predavanja se organizuju po strukturi kao ex katedra (75%) i diskusije (25%). Predavanja se izvode po nastavnom programu opisanom u sadržaju kursa. Obaveza studenata je prisustvo predavanjima.

Vježbe se održavaju u grupama. Obaveza studenata je prisustvo vježbama.

Dozvoljena su tri izostanaka sa predavanja i vježbi, ukupno.

Konsultacije su organizovane u dva termina sedmično i to je fakultativna ponuda studentima.

19. Objašnjenje o provjeri znanja:

Provjera znanja studenta će se vršiti u skladu s Pravilima studiranja na I ciklusu studija, Pravilima o načinu polaganja ispita i ocjenjivanja studenata, Statutom Univerziteta u Tuzli i drugim relevantnim pravnim aktima.

Provjera znanja se ostvaruje kroz predispitne aktivnosti koje obuhvataju 2 testa (rade se u toku semestra), individualni rad studenta u toku semestra i završni ispit koji se ostvaruje pismeno ili usmeno. Prvi test obuhvata nastavne gradivo od 1 do 4, drugi test obuhvata nastavne gradivo od 5 do 9, završni dio ispita (na koji studenti nisu obavezni izaći) obuhvata nastavno gradivo koje nije obuhvaćeno predispitnim obavezama od 10 do 15.

Na popravnim ispitima (i ostalim ispitnim terminima) studenti imaju mogućnost da polažu testove (iz okvira predispitnih obaveza) i da rade završni ispit.

20. Težinski faktor provjere:

Obaveze studenata	Bodovi
Dva testa	(25+25=50)
Individualni rad studenta	20
Ukupno predispitne obaveze	70
Završni test/usmeni	30

Ocjena se formira spram odrebe Zakona o visokom obrazovanju TK, član 107.

21. Osnovna literatura:

1. Veljković S, Marketing usluga, Centar za izdavačku delatnost Ef. Beograd, Beograd, 2009.
2. Bateson J.E.G, Hoffman K.D, Marketing usluga, Data Status, Beograd, 2013.
3. Smajlović E. Salkić E. Bankarski marketing, OFFSET, Tuzla, 2020

22. Internet web reference:**23. U primjeni od akademske godine:****24. Usvojen na sjednici NNV/UNV:**