

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. Mustafa Sinanagić, red. prof.

13. E-mail nastavnika:

mustafa.sinanagic@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:

- Marketing usluga-specifičnosti i obilježja
- Segmentiranje uslužnog tržišta, odabir ciljnog tržišta i pozicioniranje
- Razvoj i implementacija strategije marketing usluga
- Marketing miks uslužnog preduzeća-7P
- Politika usluga
- Politika cijena uslužnog asortimana
- Politika distribucije usluga
- Politika promocije usluga
- Ljudi kao element uslužnog marketing miksa
- Fizičko okruženje kao element marketing miksa
- Procesi pružanja usluga kao element uslužnog marketing miksa

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) i završni ispit koji se ostvaruje pismeno ili usmeno.

Na popravni ispitima (i ostalim ispitnim terminima) studenti imaju mogućnost da rade sve ispitne aktivnosti, tj. da polažu testove (iz okvira predispitnih obaveza) i da rade završni ispit. Završni dio ispita (na koji studenti nisu obavezni izaći) ne obuhvata nastavno gradivo koje je obuhvaćeno predispitnim obavezama.

Za svaki od predviđenih metoda provjere znanja student dobiva određen broj bodova i ukupna ocjena se izvodi kao kumulativ ostvarenih bodova po različitim aktivnostima studenata i to ocjena 6 (54-63); ocjena 7 (65-73); ocjena 8 (75-83); ocjena 9 (85-93) i ocjena 10 (95-100).

20. Težinski faktor provjere:

Obaveze studenata	Bodovi
Dva testa	(35+35=70)
Ukupno predispitne obaveze	70
Završni test	30

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. Babić-Hodović V., Strategija i implementacija marketinga, Ef. Sarajevo, 2002.

22. Internet web reference:**23. U primjeni od akademske godine:**

2020/2021

24. Usvojen na sjednici NNV/UNV:

09.06.2020.