

SYLLABUS

1. Puni naziv nastavnog predmeta:

MARKETING USLUGA

2. Skraćeni naziv nastavnog predmeta / šifra:

ne popunjavati

3. Ciklus studija:

2

4. Bodovna vrijednost ECTS:

6

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

nema

7. Ograničenja pristupa:

nema

8. Trajanje / semestar: 1 3**9. Sedmični broj kontakt sati:**

9.1. Predavanja:

2

9.2. Auditorne vježbe:

1

9.3. Laboratorijske / praktične vježbe:

0

10. Fakultet:

Ekonomski

11. Odsjek / Studijski program:

Poslovna ekonomija

12. Odgovorni nastavnik:

Dr. sci. 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, odabir ciljnih tržišta i pozicioniranje
3. Zadovoljstvo klijenata: značaj kvalitete usluga; mjerenje zadovoljstva
4. Razvoj i implementacija strategije marketinga usluga
5. Planiranje programa marketinga usluga (7P)
6. Upravljanje direktnim i online marketingom usluga

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 skladu sa aktima Univerziteta u Tuzli.

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 1 i 2, drugi test obuhvata nastavne gradivo 3 i 4, završni dio ispita (na koji studenti nisu obavezni izaći) obuhvata nastavno gradivo koje nije obuhvaćeno predispitnim obavezama 5 i 6.

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	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 Ekonomskog fakulteta u Beogradu, Beograd, 2009.
2. Bateson J.E.G, Hoffman K.D, Marketing usluga, Data Status, Beograd, 2013.
3. Smajlović E, Salkić E, Bankarski marketing, OFFSET, Tuz

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