

Студијски програм: Мастер академске студије – Пословна економија и предузетништво			
Назив предмета: Стратегијски маркетинг			
Наставник/наставници: Цогољевић С. Маја, Димитријевић С. Љиљана, Кузман М. Борис			
Статус предмета: изборни, прва година, други семестар			
Број ЕСПБ: 7			
Услов: нема			
Циљ предмета: Циљ предмета је да студенти овладају знањима о стратегијском маркетингу, као планираном и свеобухватном концепту који се базира на познавању и разумевању окружења. Он се ослања на креативан и иновативан приступ у развијању и планском вођењу активности маркетинга. Студенти се упознају са елементима процеса управљања маркетингом у савременом предузећу и његовим импликацијама на пословни успех. У тржишној привреди, ефективним и ефикасним се сматра предузеће које има тржиште, односно циљне купце, стога се кључна пажња мора усмерити у првом реду, на дефинисање и имплементацију развојне стратегије, пажљиво управљајући маркетингом, као пословном функцијом која интегрише свеукупне активности и напоре предузећа. Стратегијски маркетинг није од интереса само за оне које раде у маркетинг функцији у предузећу, већ за све менаџере у сложеној организационој структури предузећа.			
Исход предмета: Студенти се оспособљавају да теоријски овладају и критички анализирају кључна питања на која савремени стратегијски маркетинг одговара, у сврху побољшања пословне позиције и резултата предузећа. Питања се односе на изборе и усмерења, да ли предузеће треба да обавља постојеће пословне активности, који су производи и услуге пропульзивни на тржишту, који су производи и тржишта од посебног значаја за опстанак, раст и развој предузећа, које нове производе понудити и тржишта истражити и освојити, како остварити конкурентску предност имајући у виду потенцијал предузећа и положај у односу на конкуренцију, које производе и послове треба напуштати или репозиционирати, коју стратегију цена применити, која стратегија дистрибуције доноси предност на тржишту, како се успешно примењују интегрисане маркетиншке комуникације. Разумевање ових значајних феномена, омогућава студентима да у пракси лакше препознају питања од стратегијског значаја и пронађу адекватне начине да одговоре на њих.			
Садржај предмета: Теоријска настава: Стратегијски маркетинг – савремени управљачки концепт, Планирање маркетинг активности, Маркетинг стратегија, Контрола маркетинга, Стратешка анализа ситуације, Сегментација, Избор циљног тржишта, Позиционирање, Репозиционирање, Стратегија развоја новог производа, Производни програм, Стратегијски приступ формирању цена, Стратегија дистрибуције, Концепт интегрисаних маркетиншких комуникација, Промене у примени маркетинг комуникација. Практична настава: На вежбама се кроз студије случаја даље разрађују теоријски концепти примене стратегијског приступа у управљању маркетиншким активностима предузћа. Анализира се утицај доношења појединих стратегијских одлука на пословни успех конкретног предузећа, комбиновањем кључних фактора стварања и одржавања конкурентске предности. Припрема за колоквијум и испит. Евалуација реализоване наставе и анализа њених резултата.			
Литература: 1. Цогољевић М., Димитријевић Љ, Равић Н., <i>Стратегијски маркетинг</i> , Висока школа за пословну економију и предузетништво, Београд, 2019. 2. Милисављевић М., <i>Стратегијски маркетинг</i> , Центар за издавачку делатност Економски факултет Београд, 2010. 3. Котлер, Ф., Келер, К. <i>Маркетинг менаџмент</i> , Дата статус, Београд, 2017.			
Број часова активне наставе		Теоријска настава: 45	Практична настава: 30
Методe извођења наставе Предавања: Ех-катедра уз постојање студената на укључивање у дискусију, кроз повезивање теоријских поставки са пословном праксом. Предавања су подржана видео презентацијама. Вежбе су комплементарне са предавањима и реализују се кроз следеће облике рада: презентовање допунских информација и примера, дискусије, појединачни и тимски рад студената на решавању примера из праксе и презентације решења, различити начини провере знања и остали видови рада.			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	поена	Завршни испит	поена
активност у току предавања	20	писмени испит	50
практична настава		усмени испит	
колоквијум-и	30	
семинар-и			