

Студијски програм : Пословна економија и менаџмент (модул Менаџмент у бизнису; модул Управљање финансијама и ризиком; модул Менаџмент медија и културе; модул Менаџмент туризма и угоститељства – подмодул Менаџмент туризма и хотелијерства)			
Назив предмета: Маркетинг менаџмент услуга			
Наставник: др Мира Р. Аврамовић, проф.			
Статус предмета: изборни предмет			
Број ЕСПБ: 5			
Услов: нема услова			
Циљ предмета Циљ овог предмета је да се студенти упознају са основним појмовима из области маркетинг менаџмента услуга, са његовом еволуцијом, маркетинг менаџмент стратегијама за услужне организације, са основама комбиновања психолошких и стандардизованих модеалитета стицања конкурентске предности, као и са ефикасним менаџментом укупног услужног процеса.			
Исход предмета Савладавањем садржаја овог предмета студенти ће бити у стању да темљно познају и потпуно разумеју појмове везане за маркетинг менаџмент услуга, биће спремни да у пословној пракси креирају оптималне маркетинг менаџмент стратегије у услужним организацијама, антиципирају понашање потрошача у процесу куповине услуга, да овладају базичним знањима о избору циљног тржишта и кључним вештинама придобијања, задржавања и повећања броја лојалних купаца услуга; стећи ће свест о значају холистичког маркетинга у процесу стратегијског прилогања идентификованим променама у окружењу, утицају маркетинг менаџмента услугама на подизање профитабилности предузећа, активностима креирања, испоручивања и комуницирања вредности на подручју брендирања услуга, бити оспособљени да доносе стратешке и важније тактичке макретишшке одлуке из домена производа, цена, промоције и дистрибуције.			
Садржај предмета <i>Теоријска настава</i> Разумевање маркетинг менаџмента услуга; Појам и карактеристике услуга; Еволуција маркетинг менаџмента услуга; Маркетинг стратегија за услужне организације; Остваривање квалитета услуга; Креирање вредности у области услуга; Понашање потрошача у процесу куповине услуга; Стварање вредности за купце, стратификација и лојалност; Истраживање тржишта услуга и стратификација потрошача корисника; Обликовање услужних производа; Формирање цена при формирању услуга; Интегрисане маркетинг комуникације услужних организација; Стратегија производа и дизајнирање услужног портфолија; Креирање успешног дугорочног раста; Менаџмент услужног процеса. <i>Практична настава</i> Основе услужног менаџмента и маркетинга; Потребе и захтеви потрошача; Развој дугорочних односа са потрошачем; Стратегије опоравка од неадекватне услуге; Управљање брендом у области услуга; Људи као инструмент маркетинга; Политика цена; Услужни амбијент.			
Литература <ul style="list-style-type: none"> • Котлер Ф., Келлер, К. Л. <i>Маркетинг менаџмент</i>, XII издање, ДАТА СТАТУС, Београд, 2006. • Сенић Р., Сенић В., <i>Менаџмент и маркетинг услуга</i>, ПРИЗМА, Крагујевац, 2008. • Вељковић, С. <i>Маркетинг услуга</i>, ЦИД, Економски факултет, Београд, 2009. 			
Број часова	активне наставе	Теоријска настава: 30	Практична настава: 30
Методe извођења наставе Предавања, вежбе, презентација примера из пословне праксе, студије случаја, израда и презентација семинарских радова			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	поена	Завршни испит	поена
активност у току предавања	5	писмени испит	
практична настава	5	усмени испит	45
колоквијум	30	
семинар-и	15		