

<b>NAZIV PREDMETA</b>	Marketing usluga					
<b>NIVO STUDIJA</b>	Dodiplomski					
<b>Šifra predmeta</b>	5.01.04.E087	<b>Godina studija</b>			IV	
<b>Nositelj/i predmeta</b>		<b>Bodovna vrijednost (ECTS)</b>			7	
<b>Saradnici</b>						
<b>OPISPREDMETA</b>						
<b>CILJ PREDMETA</b>	Upoznati studenata sa osnovama i principima marketinga u sektoru usluga, putem analize specifičnosti uslužnog sektora, tržišnih karakteristika usluga i obrade konkretnih slučajeva vezanih za uslužni marketing..					
<b>Uslovi za upis predmeta i ulazne kompetencije potrebne za predmet</b>	Nema					
<b>Očekivani ishodi učenja na razini predmeta (10 ishoda)</b>	Znanje o marketingu usluga, njegovim specifičnostima u odnosu na marketing proizvoda, strategijama i aktivnostima koje se mogu primjenjivati u uslužnim djelatnostima, kako poboljšati kvalitetu usluga, vještine vezane za upravljanje marketing miksom usluga, izradi i realizaciji marketiških strategija u sektoru usluga, zadaci uslužnog menadžmenta, specifičnosti tržišta usluga, kako se postiže izvrsnost usluga, kako se mjeri kvalitet usluga, odnosi fizičkih proizvoda i usluga.					
<b>Sadržaj predmeta detaljno razrađen prema satnici nastave:</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. PRIRODA USLUGA (2 sata)</li> <li>2. USLUŽNI MENADŽMENT (3 sata)</li> <li>3. ORGANIZACIJA TRŽIŠTA USLUGA (3 sata)</li> <li>4. DEFINIRANJE USLUŽNE MARKETIŠKE STRATEGIJE (4 sata)</li> <li>5. DIZAJNIRANJE I PONAŠANJE USLUŽNIH ORGANIZACIJA (3 sata)</li> <li>6. UPRAVLJANJE KVALITETOM USLUGA (4 sata)</li> <li>7. UPRAVLJANJE USLUGAMA ZA PODRŠKU PROIZVODA (4 sata)</li> <li>8. MARKETING AKTIVNOSTI (4 sata)</li> <li>9. POSTIZANJE IZVRSNOSTI U MARKETINGU USLUGA (4 sata)</li> <li>10. NOVOSTI IZ USLUŽNE INDUSTRIJE (2 sata)</li> </ol>					
<b>Vrste izvođenja nastave:</b>	In class Online		Konsultacije			
<b>Obaveze studenta</b>						
<b>Praćenje rada studenata (upisati udio u ECTS bodovima za svaku aktivnost tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta):</b>	<b>Pohađanje nastave</b>	1,05	<b>Istraživanje</b>	0	<b>Praktičan rad</b>	0
	<b>Eksperimentalan rad</b>	0	<b>Referat</b>	0	<b>Ostalo</b>	0
	<b>Esej</b>	0	<b>Seminarski rad</b>	1,75	<b>Ostalo (upisati)</b>	0

	<b>Kolokvij</b>	2,1	<b>Usmeni ispit</b>	1,05	<b>Ostalo (upisati)</b>	0
	<b>Pismeni ispit</b>	1,05	<b>Projekat</b>	0	<b>Ostalo (upisati)</b>	0

<b>Ocjenjivanje i vrjednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu</b>	<b>Predispitne aktivnosti</b>				
	1. Pohađanje nastave: Prisustvo predavanjima 5 bodova.....5 % Prisustvo vježbama 5 bodova.....5 % Kontinuirani rad/Interaktivnost 5 bodova.....5 % 2. SeminarSKI Pismeni dio 15 bodova.....15 % Usmena prezentacija 10 bodova..... 10% 3. Kolokvij 30 bodova.....30 % <b>Ispit</b> 4. Pismeni /Usmeni ispit 30 bodova.....30 % UKUPNO.....100 %				
<b>Obvezna literatura (dostupna u knjižnici i putem ostalih medija)</b>	<b>Naslov</b>	<b>Broj primjeraka u biblioteci</b>	<b>Dostupnost putem ostalih medija</b>	<b>Ostalo</b>	
	Stojanović, S. V., „Marketing usluga, drugo izdanje, Evropski defendologija centar za naučna, politička, ekonomska, socijalna, bezbjednosna, sociološka i kriminološka istraživanja, Udruženje nastavnika i saradnika Univerziteta u Banjoj Luci,Banja Luka, 2018.				
<b>Dopunska literatura</b>	Kotler, Ph., Keller, K.L., Martinović, M. „Upravljanje marketingom“ 14.izdanje, poglavlje 13. Oblikovanje usluga i upravljanje njima, Mate, Neum, 2014.				
<b>Ostalo(prema mišljenju predlagatelja)</b>					