

	УНИВЕРЗИТЕТ У ИСТОЧНОМ САРАЈЕВУ						
	ЕКОНОМСКИ ФАКУЛТЕТ БРЧКО						
	Студијски програм: Економија Смјер: Менаџмент						
		I циклус студија	IV година студија				
Пун назив предмета		МАРКЕТИНГ УСЛУГА					
Катедра		Катедра за маркетинг и менаџмент – Економски факултет Брчко					
Шифра предмета		Статус предмета		Семестар			
ME-08-2-069		Изборни		VII			
Наставник		Др Дејан Тешић, доцент					
Сарадник		Др Дејан Тешић, доцент					
Фонд часова/ наставно оптерећење (седмично)			Индивидуално оптерећење студента (у сатима семестрално)			Коефицијент студентског оптерећења $S_0$¹	
П	АВ	ЛВ	П	АВ	ЛВ	S_0	
3	2	0	3*15*1,50	2*15*1,00	0	SoP = 1,50	SoAB = 1,00
укупно наставно оптерећење (у сатима, семестрално) $X*15 + Y*15 + Z*15 = W$ 45 + 30 + 0 = 75 h			укупно студентско оптерећење (у сатима, семестрално) $X*15*So + Y*15*So + Z*15*So = T$ 3*15*1,50 + 2*15*1,00 + 0 = 97,5 h				
Укупно оптерећење предмета (наставно + студентско): $W + T = U_{opt}$ сати семестрално 75 h + 97,5 h = 172,5 h = U_{opt}							
Исходи учења		Након завршених предавања и вјежби и положеног испита студенти ће бити у могућности да објасне шта се подразумева под појмом услуга, идентификују основне трендове у развоју услужног сектора, анализирају понашање потрошача у процесу куповине услуга, анализирају основне елементе стратегије развоја дугорочних односа с потрошачима у услужном сектору и упознају се са специфичностима иновација у сектору услуга.					
Условљеност		Нема условљености.					
Наставне методе		Предавања, вјежбе, семинарски радови, консултације.					
Садржај предмета по седмицама		<ol style="list-style-type: none"> 1. Појам и карактеристике услуга 2. Развој маркетинга услуга 3. Понашање потрошача у процесу куповине услуга 4. Сатисфакција корисника услуга 5. Истраживање тржишта услужне организације 6. Развој дугорочних односа са потрошачима 7. Стратегија услужног предузећа у ситуацијама незадовољства потрошача 8. Први колоквијум 9. Креирање услужног производа 10. Управљање услужним процесом 11. Услужни амбијент као елемент маркетинг микса 12. Управљање људима у организацијама из области услуга 13. Канали дистрибуције услуга 14. Управљање капацитетима и тражњом у услужном сектору 15. Други колоквијум 					
Обавезна литература							
Аутор/ и		Назив публикације, издавач			Година	Странице (од-до)	

¹ Коефицијент студентског оптерећења S_0 се рачуна на следећи начин:

а) за студијске програме који не иду на лиценцирање: $S_0 = (\text{укупно оптерећење у семестру за све предмете } 900 \text{ h} - \text{укупно наставно оптерећење П+В у семестру за све предмете } ______ \text{ h}) / \text{укупно наставно оптерећење П+В у семестру за све предмете } ______ \text{ h} = ______$. Погледати садржај обрасца и објашњење.

б) за студијске програме који иду на лиценцирање потребно је користити садржај обрасца и објашњење.

Вељковић, С.	Маркетинг услуга, четврто издање, ЦИД Економског факултета у Београду	2018.	-	
Допунска литература				
Аутор/ и	Назив публикације, издавач	Година	Странице (од-до)	
Bateson, J. E. G., и Hoffman, K. D.	Маркетинг услуга, DATA STATUS, Београд	2012.	-	
Обавезе, облици провјере знања и оцјењивање	Врста евалуације рада студента		Бодови	Процент
	Предиспитне обавезе			
	присуство предавањима/ вјежбама		5	5
	тест/ колоквијум		40	40
	семинарски рад		5	5
	Завршни испит			
завршни испит (писмени и усмени)		50	50	
УКУПНО		100	100	
Датум овјере	1. електронска сједница ННВ ЕФ Брчко, 23.10.2023. године			

* користећи опцију инсерт мод унијети онолико редова колико је потребно