

Šifra predmeta: MIC404		Naziv predmeta: STRATEGIJA I POLITIKA CIJENA	
Nivo: II ciklus studija		Godina: I	Semestar: II
Status: Obavezni		Broj ECTS kredita:6	
		Ukupan broj sati: 30	
1. CILJ PREDMETA		Cilj predmeta je da se studenti upoznaju detaljnije s cijenom kao elementom marketing miksa, sa strategijom i politikom cijena, značajem cijena u odlučivanju i planiranju profita, ulogom troškova u formiranju cijena, specifičnostima definiranja cijena zasnovanom na aktivnostima, dinamičkom utvrđivanju cijena, ratom cijena i specifičnosti utvrđivanja cijena na nastajućim elektronskim tržištima.	
1.1. Osnovne tematske jedinice		Opšti pristup i faktori u procesu utvrđivanja cijena Uloga troškova pri utvrđivanju cijena Povezanost profita i nivoa cijena Formuliranje željenog profita korporativnog preduzeća Uloga konkurencije u procesu utvrđivanja cijena Karakter tržišne strukture i odnos sa konkurencijom Strategija utvrđivanja cijena Uloga teorije igara u određivanju cijena Utvrdjivanje cijena u preduzeću sa značajnom tržišnom snagom Utvrdjivanje cijena na oligopolskom tržištu Konkurentske prednosti u pogledu troškova i proizvoda i utvrđivanje cijena Rat cijenama:kako ga izbjeći i kako ga voditi ? Utvrdjivanje cijena na bazi aktivnosti i ciljno utvrđivanje cijena Dinamičko utvrđivanje cijena Utvrdjivanje cijena na nastajućim elektronskim tržištima	
1.2. Rezultati učenja		Studenti bi trebali: - upoznati specifične metode utvrđivanja cijena, praktično analizirati profitabilnost promjene cijena u preduzeću, - spoznati značaj i način na koji se troškovi koriste u procesu utvrđivanja cijena - spoznati algoritam po kome se sagedava uticaj promjena cijena konkurenata	
2. NAČIN ORGANIZACIJE NASTAVE			
		Opis aktivnosti (%)	
2.1. Način izvođenja nastave		1. ex katedra 2. diskusije 3. prezentacije 4. studij slučaja	40% 20% 20% 20%
		Učešće u ocjeni (%)	
2.2. Sistem ocjenjivanja		1. obavezni dolazak 2. studija slučaja 3. seminarski rad/ prezentacije slučajeva iz prakse 4. kviz 5. test 1 6. finalni ispit	5% 20% 10% 5% 20% 40%
3. LITERATURA		Nagle Thomas, Holden Reed: <i>The Strategy and Tactics of Pricing – A Guide to Profitable Decision Making</i> , New Jersey, Pearson Education International, 2002. Winkler John: <i>Pricing for Results</i> , Oxford, Heinemann Professional Publishing, 1989. Daly John: <i>Pricing for Profitability–Activity based Pricing for Competitive Advantage</i> , New York, John Wiley & Sons, 2002.	