

Šifra predmeta: BUS224	Naziv predmeta: MARKETING USLUGA		
Nivo: Prvi ciklus studija	Godina: II	Semestar: IV	Broj ECTS kredita: 5
Status: obavezni smjerski	Broj sati sedmično: 5		Ukupan broj sati: 75
1. CILJ PREDMETA	Predmet je koncipiran tako da omogućiti studentima uočavanje i razumijevanje uslužnih dimenzija ponude i primjenu marketinškog koncepta u uslužnim kompanijama i proizvodnim kompanijama koje naglašavaju uslužnu ponudu. Primarni cilj predmeta je da pomogne studentima da budu uspješni u potencijalnoj ulozi pružaoca usluga i da odgovore izazovima koji se pred njih postavljaju, neovisno o tome da li se radi o pružanju usluga u direktnoj interakciji ili elektronskim putem. Sljedeći cilj predmeta je da podrži studente da prihvate konstruktivnu i kritičku poziciju kao korisnici različitih vrsta usluga i time prihvate aktivnu ulogu u procesu usluživanja koji savremeni korisnici usluga imaju.		
1.1. Osnovne tematske jedinice	1. Razumijevanje usluga – usluge i uslužni susret 2. Specifičnosti usluga 3. Vrste usluga 4. Marketing strategije u uslugama 5. Strategije rasta 6. Interni, eksterni i interaktivni marketing 7. Istraživanje, segmentiranje i pozicioniranje uslužnih kompanija 8. Marketing mix uslužnih kompanija – proaktivna usluga 9. Formiranje cijena u uslužnim kompanijama 10. Promocija i distribucija usluga 11. Ljudi, procesi i pojavni oblici kao elementi marketing mixa usluga 12. Organizacija marketing funkcije u uslužnim kompanijama 13. Kontrola uslužnog procesa		
1.2. Rezultati učenja	Nakon završenog studija na predmetu studenti će biti u mogućnosti da primijene specifičnosti marketing koncepta i implementacije marketing strategije karakteristične za uslužne kompanije, a izazvane njihovim specifičnostima. Također biće u mogućnosti da odlučuju o nužnosti primjene “odstupanja” u zavisnosti od vrste i tipa usluga.		
2. NAČIN ORGANIZACIJE NASTAVE			
Opis aktivnosti (%)			
2.1. Način izvođenja nastave	1. interaktivni oblik predavanja i komunikacije sa studentima 2. individualne diskusije i grupni rad 3. prezentacije (4-5 studenata u toku semestra) 4. angažovanje gosta predavača (4-5 učesnika)	Učešće pojedinih elemenata zavisi od tematske jedinice. Izvođenje nastave koncipirano je tako da omogućiti maksimalno učešće studenata i njihovo aktiviranje u svim oblicima	
2.2. Sistem ocjenjivanja	1. Aktivnosti na času 2. Prezentacija i seminarski 3. Kvizovi (2x) 4. provjera znanja putem testova (dva testa)	1. 10% 2. 15% 3. 5% 4. 70%	
3. LITERATURA	1. Vesna Babić-Hodović, „Marketing usluga“, Ekonomski fakultet, Sarajevo 2010 2. Veljković Saša, Marketing usluga, Beograd 2008. 3. Slučajevi i tekstovi koji će biti dostavljeni uz pojedina poglavlja i raspoloživi na web stranici.		