

Пословни и правни факултет, Београд-Младеновац

Студијски програм ОАС: Пословни менаџмент

Предмет: **Интернационални маркетинг**

Предметни наставник: **проф. др Весна Милановић**

Консултације: понедељак 12.00-14.00ч

Имејл: vmilanovic555@gmail.com



План рада на предмету Интернационални маркетинг - предавања

Недеља	Наставна једница	Недељни фонд часова	Број група
1.	Увод у предмет, начин рада, провере знања, оцењивања	2	1
2.	Интернационални маркетинг/међународни маркетинг (ИМ/ММ) и однос са маркетингом, међународним пословањем, међународном трговином	2	1
3.	Међународна маркетинг оријентација; концепт и контекст	2	1
4.	Управљање међународним маркетинг активностима; Међународно маркетинг планирање	2	1
5.	Организација и контрола у ИМ; Стратегије у ИМ	2	1
6.	Припрема за први колоквијум	2	1
7.	Развој међународне маркетинг стратегије (истраживање за потребе избора циљног тржишта и позиционирања), први део	2	1

План рада на предмету Интернационални маркетинг - предавања

Недеља	Наставна једница	Недељни фонд часова	Број група
8.	Развој међународне маркетинг стратегије (истраживање за потребе избора циљног тржишта и позиционирања), други део	2	1
9.	Модели избора циљног тржишта; Начини наступа на изабрано тржиште	2	1
10.	Начини наступа на изабрано тржиште, други део	2	1
11.	Стратегија кроз процес интернационализације (почетна, експанзија, глобализација)	2	1
12.	Припрема за други колоквијум	2	1
13.	Инструменти међународног маркетинг микса	2	1
14.	Трендови и мегатрендови у ИМ	2	1
15.	Припреме за завршни испит	2	1

Начин оцењивања знања студената на предмету Интернационални маркетинг

Облик	Број бодова у укупној оцени:
Активност у току предавања	15
Активност на вежбама или другим облицима наставе	15
Колоквијуми (први, други, трећи....) или пројектни задатак за оне студенте који су редовни на настави	20+20
Семинарски рад или друга врста рада	/
Завршни испит	30
Укупно	100

Успех студената на испиту и предиспитним обавезама

Успех се изражава оценом од 5 до 10, према следећој скали:

51 до 60 поена – оцена 6 (шест)

61 до 70 поена – оцена 7 (седам)

71 до 80 поена – оцена 8 (осам)

81 до 90 поена – оцена 9 (девет)

91 до 100 поена – оцена 10 (десет).

Оцене је неопходно уписивати у индекс. Оцена 5 се не уноси у индекс.



Литература за предмет Интернационални маркетинг

Основна:

Ристић, К., Нићин, С. *Интернационални маркетинг*, Пословни и правни факултет, Београд, 2014.

Допунска:

Интернет материјали

