

Студијски програм:	ИНФОРМАТИЧКО ИНЖЕЊЕРСТВО		
Назив предмета:	МАРКЕТИНГ		
Наставник:	Др ЕВА ПАТАКИ		
Статус предмета:	СТРУЧНО-АПЛИКАТИВНИ		
Број ЕСПБ:	3		
Услов:			
Циљ предмета			
<ol style="list-style-type: none"> 1. Од принципа максимализације профита ка принципу максимализације провизије акционара 2. Развој и слобода – логика маркетинга 			
Исход предмета			
<ol style="list-style-type: none"> 1. Развој и маркетинг – суштина „4П“-а 2. Персонализација маркетинга 3. Транснационална предузећа и општи интереси 			
Садржај предмета			
Теоријска настава			
<i>ОД ПРИНЦИПА МАКСИМАЛИЗАЦИЈЕ ПРОФИТА КА ПРИНЦИПУ МАКСИМАЛИЗАЦИЈЕ ПРОВИЗИЈЕ АКЦИОНАРА. РАЗВОЈ И МАРКЕТИНГ (4П). ТРАНСНАЦИОНАЛНА ПРЕДУЗЕЋА И ОПШТИ ИНТЕРЕСИ.</i>			
Практична настава			
<i>Планом и програмом практична настава није предвиђена.</i>			
Литература			
<ol style="list-style-type: none"> 1. П. М. Сенги: „УМЕЋЕ И ПРАКСА ОРГАНИЗАЦИЈЕ КОЈА УЧИ“, Stylos, Нови Сад, 2003. 			
Број часова активне наставе	Теоријска настава: 2	Практична настава: 0	
Методe извођења наставе: Предавања			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	поена: 30-45	Завршни испит	поена: 25-50
<i>тест</i>	поена: 5-10	<i>писмени испит</i>	поена: 10-20
<i>семинарски рад</i>	поена: 25-35	<i>усмени испит</i>	поена: 15-30
<i>уредно похађање наставе</i>	поена: 5		