

Студијски програм Финансије и бизнис			
Назив предмета: Маркетинг у финансијама			
Статус предмета:изборни			
Број ЕСПБ: 5			
Услов: Није истакнут			
Циљ предмета			
У оквиру овог предмета предвиђа се савладавање разнородне материје неопходне за управљање маркетингом банке. Циљ предмета је стицање практичних знања из општег маркетинга, менаџмента, финансија, ради стварања аналитичке подлоге за обављање менаџерских функција у области маркетинга банке.			
Исход предмета			
Оспособљавање студената за вођење маркетинга финансијских институција, посебно банака. Студенти су оспособљени за разумевање структуре финансијског тржишта са свим својим сегментима и разним финансијским инструментима. Акцент се ставља на маркетинг инструменте банка. Важан исход је разумевање инвестиционе стратегије засноване на финансијској анализи процеса и ризика. Идеја је да студенти стекну базично разумевање основне претпоставке ризика инвестирања банке израженог кроз маркетиншке инструменте управљања маркетингом банке.			
Садржај предмета			
Теоријска настава: Појам, настанак, значај и улога новца, банака и кредита. Савремене тенденције развоја банака, банкарских производа и услуга. Развој и примена маркетинга у банкарству. Маркетинг оријентисана пословна политика банке. Маркетинг циљеви и окружење банке. Маркетинг стратегија банке. Маркетинг микс стратегије банке. Планирање маркетинг инструмената банке. Планирање производа и услуге као маркетинг инструмената банке. Планирање цене производа и услуга као маркетинг инструмената банке. Планирање канала дистрибуције као маркетинг инструмената банке. Планирање промоције као маркетинг инструмената банке. Процес управљања маркетингом банке. Маркетинг планирање као прва фаза процеса управљања маркетингом банке. Стратејско маркетинг планирање у процесу управљања маркетингом банке. Маркетинг организациона структура у процесу управљања маркетингом банке. Координација маркетинг активности и улога запослених у примени маркетинга банке.			
Практична настава			
Часови вежби прате методске јединице предавања. Вежбе су у складу са темом која се обрађује на предавањима. Студенти ће у групама решавати одређене проблеме који су постављени у оквиру предавања.			
Литература			
1. Јовићевић, Р, Жугић, Ј.,Маркетинг у савременом банкарству,Универзитет Медитеран, Подгорица, 2018.			
2. Маричић,Б.,Глигоријевић,М.,Милисављевић,М., Основи маркетинга, Београд,2017.			
3. Вујновић-Глигорић,Б., Алексић Ј., Банкарски маркетинг, Бањалука, 2011.			
Број часова активне наставе		Теоријска настава:30	
		Практична настава:30	
Методе извођења наставе			
Настава сес изводи интерактивно			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе		поена	
активност у току предавања		5	
практична настава		5	
колоквијум-и		10+10	
семинар-и		10	
		Завршни испит	
		писмени испит	
		усмени испт	
			
		30	
		30	
		100	