

Табела 5.2 Спецификација предмета

Студијски програм/студијски програми : Менаџмент				
Врста и ниво студија: Мастер академске студије				
Назив предмета: Маркетинг у спорту				
Наставник (Име, средње слово, презиме): Славка Т. Николић				
Статус предмета: изборни за појединачни модул				
Број ЕСПБ: 5				
Услов: нема				
Циљ предмета Циљ предмета је да упозна студенте са проблемом тржишта у спорту и функционисањем тржишних производа. Студенте је неопходно упознати са основним знањима која треба да поседују маркетинг менаџери у спорту, са „алатима“ за његову ефикасност. Циљ је такође да студенти овладају знањима на основу којих ће бити способни да остваре маркетиншке задатке на рационалан и оптималан начин.				
Исход предмета Овладавање компетенцијама управљања процесима реализације продаје робе на тржишту спорта, односно знања о специфичним задацима спортског маркетинга и тржишних комуникација којима произвођачи роба и услуга у области спорта долазе до циљног купца.				
Садржај предмета Специјална природа спортског маркетинга; Маркетинг менаџмент у спорту; Спортски потрошач; Перспектива у понашању спортског потрошача; Улога истраживања у спортском маркетингу; Сегментација тржишта; Спортски производ; Стратегије образовања цена; Промоције; Место; Односи с јавношћу; Координисање и контролисање маркетинг микса.				
Литература 1. Ловрета, С., Радуновић, В., Калинић, Маркетинг у трговини, Београд: Економски факултет, 1997. 2. Васиљев, С., Маркетинг, Нови Сад: Прометеј, 2005. 3. Schlossberg, H., Sport marketing, London: Blackwell Publishers, 1996.				
Број часова активне наставе				Остали часови:
Предавања: 3	Вежбе: 0	Други облици наставе: 0	Студијски истраживачки рад: 3	0
Методе извођења наставе Теоријска настава: предавања и семинари. Практична настава: групни и индивидуални рад.				
Оцена знања (максимални број поена 100)				
Предиспитне обавезе	поена	Завршни испит	поена	
активност у току предавања	15.00	усмени испит	40.00	
практична настава	15.00			
семинарски рад	30.00		