

Студијски програм : Основне академске студије			
Назив предмета: Маркетинг у култури и медијима			
Наставник: Доц. др Љиљана Манић			
Статус предмета: Обавезни			
Број ЕСПБ: 8			
Услов:			
Циљ предмета Упознавање са теоријским концептима маркетинга у култури и медијима; уочавање естетских и економских категорија; разматрање односа уметности и тржишта; упознавање са карактеристикама продаје у уметности.			
Исход предмета Познавање улоге маркетинга у култури; схватање потреба у теорији мотивације; разликовање употребне и тржишне вредности уметничког дела; разумевање специфичности елемената маркетиншког микса у култури и медијима.			
Садржај предмета			
<ol style="list-style-type: none"> 1. Димензије маркетинга (дефиниција, концепција и процес маркетинга); Улога маркетинга у култури и медијима 2. Комерцијални и некомерцијални маркетинг; Критика маркетинга; Уверавање, манипулација, пропаганда и реторика 3. Маркетиншко окружење; Појам и елементи маркетиншког окружења; Анализа окружења 4. Потрошачи; Потрошња и животни стилови у потрошачкој култури; Типови понашања у куповини и фактори који утичу на куповину 5. Димензије тржишта; Тржишно вредновање уметничког стваралаштва 6. Сегментација тржишта и позиционирање производа; Методи и критеријуми сегментације 7. Производ као инструмент маркетинга; Појам, класификација и димензије производа у култури и медијима; Животни циклус производа 8. Процес стварања новог производа; Митска снага бренда 9. Цена као инструмент маркетинга; Поступак одређивања цене ; Посебне стратегије цена 10. Промоција као инструмент маркетинга; Лична продаја; Односи с јавношћу; Унапређење продаје 11. Оглашавање – медијска презентација роба и услуга; Условљавајући фактори маркетиншких комуникација 12. Мултимедијски маркетинг – нови путеви до потрошача 13. Дистрибуција као инструмент маркетинга; Канали дистрибуције; Стратегије дистрибуције; Маркетиншки посредници 14. Продаја у уметности ; Продаја у сценским и интерпретативним уметностима ; Продаја на тржишту ликовних уметности 15. Појам и садржај истраживања тржишта ; Основне димензије маркетинг информационих система 			
Литература Марић, А. и Ханић, Х. (2010): Маркетинг у медијима, Мегатренд, Београд Никодијевић, Д. (2007): Маркетинг у култури и медијима, Мегатренд, Београд			
Број часова активне наставе		Теоријска настава: 3	Практична настава: 3
Методе извођења наставе Предавања, пројекције, интерактивност, семинарски радови, дискусија			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	поена	Завршни испит	поена
активност у току предавања	10	писмени испит	
практична настава		усмени испит	30
колоквијум-и	30 (2x15)	
семинар-и	30		
Начин провере знања могу бити различити наведено у табели су само неке опције: (писмени испити, усмени испит, презентација пројекта, семинари итд.....			
*максимална дужна 1 страница А4 формата			