

**UNIVERZITET ZA POSLOVNI INŽENJERING I MENADŽMENT
BANJA LUKA**

Akadska 2016/17 godina.

**PREDMET:
MARKETING U FINANSIJAMA
I BANKARSTVU**

Nastavnik:

- doc. dr Ranko Mijić
- E-mail: ranko.mijic@gmail.com

Saradnik:

- Marina Mišeljić
- E-mail:

Konsultacije:

- **Prije i nakon predavanja**

Literatura:

- Zelenovic Vera: *Marketing u bankarstvu*, Novi Sad, 2012

Dopunska literatura

- Rože Klasens. (2007). *Marketing u finansijskim uslugama*. Beograd: Udruženje banaka Srbije

Nastava:

- Prema rasporedu

1. PREGLED AKTIVNOSTI

Tabela 1.1.: Plan rada na predavanjima

1	Tendencije u savremenom bankarstvu -Karakteristike savremenog bankarskog tržišta; Uvođenje menadžment strategija u bankarstvo
2	Tendencije u savremenom bankarstvu - Marketing koncept u bankarstvu; Elektronsko bankarstvo
3	Tendencije u savremenom bankarstvu - Kvalitet bankarstva
4-5	Marketing u bankarskom poslovanju -Karakteristike marketinga u bankarskom poslovanju; Marketing miks u bankarstvu;
6-7	Marketing u bankarskom poslovanju -Orientacija na kupca; CRM; Brendiranje u bankarstvu
8	I parcijalna provjera znanja
9	Organizovanje marketinga u bankarstvu -Pozicioniranje marketinga u banci; Korporativni identitet banke
10	Organizovanje marketinga u bankarstvu -Poslovi koji se obavljaju u u marketingu u bankarstvu
11-12	Upravljanje marketingom u bankarstvu -Upravljanje marketingom; Strateško planiranje; Marketing plan kao osnova planiranja; Strategije, Kontrola
13	Savremeni trendovi u bankarstvu - Lateralni marketing u bankarskom poslovanju; Društveno odgovorno ponašanje banaka; Poslovni bonton u bankama.
14	II parcijalna provjera znanja
15	Završne konsultacije.

Tabela 1.2.: Raspored pismenih parcijalnih provjera znanja

Parcijalna provjera znanja	Planirana radna nedelja sa datumom povere
I pismena parcijalna provjera	▪ 24. aprila 2017. god.
II pismena parcijalna provjera	▪ 05. juna 2017. god.

Tabela 1.3. Struktura ocene:

Aktivnost	Bodova
I PARCIJALNA PROVERA ZNANJA	40
II PARCIJALNA PROVERA ZNANJA	40
Odbrana seminarskog rada (usmeno)	10
Prisustvo i aktivnost na nastavi	10
Aktivnost na nastavi	100

- **Uspješno savladanom parcijalnom provjerom znanja** (bodovi ostvareni polaganjem parcijalne provjere znanja) **smatra se kada student osvoji najmanje 60% bodova od maksimalnog broja bodova koje nosi parcijalna provjera znanja (min. 24 bod).**
- **Studenti su obavezni izraditi i predati seminarski rad najkasnije do 22. maja 2017. god.**
- **Studenti koji uspješno ne polože I pismenu parcijalnu provjeru znanja nemaju pravo da pristupe II pismenoj parcijalnoj provjeri znanja. Ispit polažu usmeno - integralno u redovnim ispitnim rokovima.**

Tabela 1.3.: Skala ocenjivanja

Bodovi		Ocjena	
OD	DO	Brojčana	Opisna
0	50	5	Nije položio
51	60	6	Dovoljan
61	70	7	Dobar
71	80	8	Vrlo dobar
81	90	9	Odličan
91	100	10	Izuzetan

2. PROVJERA ZNANJA

- Pismena parcijalna provjera znanja sadrži 30 pitanja.
- Vreme za izradu testa – 60 minuta.
- Provjera znanja se provodi u grupama do 30 studenata u amfiteatru Univerziteta. Raspored grupa za polaganje ispita objaviće se na oglasnoj tabli i sajtu Univerziteta najkasnije 7 dana prije održavanja pismene parcijalne provjere znanja.

3. UPUTSTVO ZA IZRADU SEMINARSKOG RADA:

Seminarski rad je rad samostalnog istraživanja.

- Seminarski rad mora sadržavati najmanje 10 stranica rada (ne uključujući naslovnu stranicu, sadržaj i izvor literature)
- Tekst mora biti napisan fontom Times New Roman. Prored teksta 1.5. Font 12
 - **Seminarski rad mora biti predat predmetnom nastavniku do 22. maja 2017.god.**

U slučaju da se ustanovi da su dva ili više studenta iz iste ili različitih grupa uradili identičan rad biće kažnjeni sa oduzimanjem do 10 bodova od ukupno ostvarenog broja bodova na kraju semestra.

3.1. OSNOVNI ELEMENTI SEMINARSKOG RADA

- Naslovna stranica
- Predgovor
- Sadržaj
- Uvod
- Razrada teme
- Zaključak
- Literatura

Na kraju rada obavezno navedite spisak radova, članaka, časopisa, knjiga, publikacija i internet adresa (sa datumom i vremenom preuzimanja) koje ste koristili ili se na njih pozivate u radu. Svaka odrednica koja se nalazi u radu obavezno treba da sadrži:

- Ime i prezime autora,
- Naziv djela,
- Mjesto izdavača
- Naziv izdavača,
- Godina izdanja.

Na primjer:

Kovačević Ž., Džombić I., *Osnovi ekonomije*, Banja Luka: Fakultet za poslovni inženjering i menadžment, , 2008.

Svaka odrednica koja se odnosi na članak obavezno treba da sadrži:

- Naziv autora,
- Naziv članka,
- Naziv časopisa,
- Broj časopisa,
- Strane na kojima se nalazi dati članak u časopisu.

Na primjer:

Džombić I., *Uloga arbitraža u međunarodnoj trgovini*, Direktor, Decembar 2007, broj 12/07, str.25-35

3.2. FORMA NASLOVNE STRANE SEMINARSKOG RADA

**UNIVERZITET ZA POSLOVNI INŽENJERING I MENADŽMENT
BANJA LUKA**

Diplomski studijski program:

Seminarski rad:

**MARKETING MIKS POSLOVNE BANKE
(KOMERCIJALNA BANKA A.D. BANJA LUKA)**

Mentor: doc.dr Ranko Mijić

Student: Jovana Jovanić, ind. M000/11

BANJA LUKA, april 2017.god.

4. PITANJA ZA PISMENU PROVJERU ZANANJA

4.1. PITANJA ZA I PARCIJALNU PROVJERU ZNANJA

1. Trendovi na savremenom bankarskom tržištu
2. Pravci razvoja bankarske indistrije u budućnosti
3. Merdžeri i akvizicije
4. Prekogranične integracije
5. Definisanje marketinga u bankarstvu
6. Internet marketing u funkciji razvoja bankarstva
7. Bankomati
8. Elektronski transfer sredstava na mjestu prodaje (EFT/POS)
9. Internet bankarstvo
10. Telefonsko i mobilno bankarstvo
11. Auitomatske klirinške kuće (ACH)
12. Kvalitet u bankarstvu
13. Dimenzija kvaliteta u bankarstvu
14. Uvođenje sistema kvaliteta u banke
15. Implementacija TQM-a kao konkurentska prednost u banci
16. Model upravljanja kvalitetom u bankama
17. Definisanje i razvoj marketinga u bankarskom poslovanju
18. Faze uvođenja marketinga u bankarstvo
19. Specifičnosti bankarske usluge
20. Marketing mix u bankarstvu
21. Proizvod kao instrument marketing mix-a u bankarskom poslovanju
22. Cijena kao instrument marketing mix-a u bankarskom poslovanju
23. Distribucija kao instrument marketing mix-a u bankarskom poslovanju
24. Promocija kao instrument marketing mix-a u bankarskom poslovanju
25. Primjena društvenih mreža u marketingu banaka
26. Definisanje pojma kupac
27. Satisfakcija i lojalnost klijenata prema bankarskim proizvodima i uslugama
28. CRM
29. Analitički CRM
30. Operativni CRM
31. Kolaborativni CRM
32. Osnovne karakteristike brenda
33. Definisanje brenda u bankarstvu

4.2. PITANJA ZA I PARCIJALNU PROVJERU ZNANJA

34. Pozicioniranje marketinga u banci (opšte napomene)
35. Praktična rješenja pozicioniranja marketinga u banci
36. Korporativni identitet banke
37. Ime banke
38. Zaštitni znak i logo banke
39. Slogan banke
40. Boje
41. Dodatni elementi korporativnog identiteta banke
42. Polsovi koji se obavljaju u marketingu u bankarstvu
43. Institucionalni poslovi
44. Poslovi PR
45. Odnosi sa javnošću bankama
46. Organizovanje PR u bankama
47. Planiarne PR aktivnosti
48. Karakteristike PR menadžera
49. Proizvodi koji se odnose na proizvode/usluge banke
50. Poslovi koji se odnose na poboljšanje komunikacije sa klijentima
51. Upravljanje marketingom
52. Strateško planiranje
53. Marketing plan kao osnova planiranja
54. Marketing strategije
55. Marketing mix strategije
56. Implementacija marketing strategija
57. Kontrola planiranih aktivnosti
58. Lateralni marketing u bankarskom poslovanju
59. Inovacije unutar postojećeg tržišta
60. Lateralni marketing kao dopuna vertikalnog marketinga
61. Društvena odgovornost banaka
62. Poslovni bonton u bankama
63. Bankarski kodeks

5. SPISAK TEMA ZA SEMINARSKI RAD

Tabela 5.1. Spisak tema za seminarski rad

1. Direktni kanali isporuke bankarskih usluga
2. Masovni kanali komunikacije bankarskih institucija
3. Specifičnosti marketinga u bankarstvu
4. Pozicioniranje bankarskih usluga na ciljanim segmentima
5. Razvoj marketing koncepta poslovanja u bankarskom sektoru
6. Usporedna analiza privredne propagande različitih bankarskih usluga
7. Lateralni marketing - novi put do uspješnih ideja
8. Internet marketing i društvene mreže u bankama
9. Značaj uloge zaposlenih na prvoj liniji usluživanja u isporuci bankarskih usluga
10. Marketing miks poslovne banke _____.
11. Teme po izboru.

6.SPISAK TEMA DIPLOMSKIH RADOVA

Tabela 6.1. Spisak tema za seminarski rad

1. Razvoj marketing koncepta poslovanja u finansijskom sektoru,
2. Pozicioniranje bankarskih usluga na ciljnim segmentima,
3. Strateški pristup razvijanju marki u bankarskom biznisu,
4. Konceptija upravljanja uslužnim procesom u sektoru bankarstva,
5. Uslužni ambijent kao element marketing miksa u bankarstvu,
6. Značaj uloge zaposlenih na prvoj liniji usluživanja u isporuci usluga,
7. Značaj uloge zaposlenih na prvoj liniji usluživanja u isporuci bankarskih usluga,
8. Strategija stvaranja uspješnih kanala distribucije usluga,
9. Direktni kanali isporuke finansijskih usluga,
10. Strategija stvaranja uspješnih kanala distribucije bankarskih usluga preko posrednika

PREDMETNI NASTAVNIK:

(Doc. dr.Ranko Mijić)