

**Табела 5.2.** Спецификација предмета

<b>Студијски програм:</b> Основне академске студије андрагогије
<b>Назив предмета:</b> Маркетинг у образовању одраслих
<b>Наставник/наставници:</b> Шефика Алибабић-Хоџић, Јован Миљковић
<b>Статус предмета:</b> Изборни предмет
<b>Број ЕСПБ:</b> 5 ЕСПБ
<b>Услов:</b> положен испит из Менаџмента у образовању одраслих
<b>Циљ предмета</b> Оспособљавање за примену маркетиншких концепата и „алата“ у образовању одраслих.
<b>Исход предмета</b> -Разуме концептуалне основе маркетинга и могућност његове примене у образовању одраслих; -Разуме специфичности друштвеног маркетинга и маркетинга непрофитних организација; -Сагледава образовно тржиште као контекст и детерминанту маркетиншких активности; -Разуме суштину и значај маркетиншких активности; -Креира маркетинг план образовне организације; -Креира имиџ образовне организације користећи елементе маркетинг микса; -Процењује функционалност рекламних активности у образовању одраслих; -Разуме концепт и значај брэнда у образовању одраслих; -Разуме основне постулате дигиталног маркетинга; -Користи друштвене мреже у дигиталном маркетингу.
<b>Садржај предмета</b>  <i>Теоријска настава</i> -Интердисциплинарни приступ проблемима маркетинга; -Настанак и развој концепта маркетинга; -Основе непрофитног маркетинга – теорије, приступи, претпоставке примене у образовној делатности; - Специфичности друштвеног маркетинга; -Специфичности маркетинга у образовној делатности; - Стратегијски маркетинг образовне институције; -Имиџ образовне институције; -Маркетиншке активности у образовању (активности екстерног и интерног маркетинга и ширења образовне јавности – рекламне активности); - Маркетинг институција високог образовања; -Специфичности маркетинг микса у образовним и културним организацијама; -Брендирање у образовању одраслих;- Значај и елементи дигиталног маркетинга; -Андролог као маркетинг менаџер/ПР образовне организације.  <i>Практична настава</i> -Анализа екстерног и интерног образовног окружења применом метода стратешке маркетиншке анализе; - Маркетиншко позиционирање образовне институције (или облика) на образовном тржишту; -Таргетирање и реализација истраживања циљних група у образовању одраслих; -Израда маркетинг плана образовне институције (или облика); -Коришћење инструмената маркетинг микса у непрофитном сектору; - Коришћење друштвених мрежа у сврху маркетинга институција за образовање одраслих; -Рекламирање у образовној делатности (концепти, стратегије, инструменти маркетинг микса, ПР ...).
<b>Литература</b> Алибабић, Ш. (2002). <i>Теорија организације образовања одраслих</i> . Београд: ИПА Филозофског факултета (стр. 52–66.). Миљковић, Ј., Ђуричић, М. (2017). Маркетинг-микс као чинилац посећивања професионалних позоришних представа. <i>Образовање одраслих</i> , 1-2, 53-74. Миљковић, Ј., Ковачевић, Ј. (2011). Елементи маркетинг микса као чиниоци избора високообразовне институције, <i>Андролошке студије</i> , 1, 135-156. Миљковић, Ј. (2009). Маркетинг институција високог образовања – студија случаја, <i>Андролошке студије</i> , 2,

323-337.

Мелер, М. (2003). *Непрофитни маркетинг*. Осијек: Економски факултет у Осијеку (стр. 47-114; 146-162).  
Ханић, Х. (2008). *Управљање маркетингом*. Београд: Београдска банкарска академија (стр. 3-52; 67-94; 99-157; 161-188).

Чефи, Д. (2018). *Дигитални маркетинг*. Београд: Факултет за медије и комуникације.

**Број часова активне наставе: 4**      **Теоријска настава: 2**      **Практична настава: 2**

**Методe извођења наставе**

предавања, вежбе, радионице, консултације, стручне посете / сусрети с праксом, самостални истраживачки рад.

**Оцена знања (максимални број поена 100)**

Предиспитне обавезе	Поена	Завршни испит	Поена
активност у току предавања	<b>60</b>	писмени испит	<b>20</b>
практична настава		усмени испт	<b>20</b>
колоквијум-и		.....	
семинар-и			