

Студијски програм/студијски програми: Менаџмент и интернационална бизнис администрација, Туризам			
Врста и ниво студија: Основне струковне студије			
Назив предмета: Међународни маркетинг			
Наставник: Тања М. Вујовић			
Статус предмета: Изборни			
Број ЕСПБ: 4			
Услов:			
Циљ предмета: Указивање на неминовност међународне маркетинг оријентације у пословању у условима глобализације међународног тржишта. Оспособљавање студената за практичну примену принципа, стратегија, инструмената и вештина неопходних за остваривање успеха на међународном тржишту.			
Исход предмета Студент који успешно савлада овај предмет оспособљен је да: анализира међународно маркетинг окружење; управља активностима међународног маркетинга; креира међународни маркетинг програм за наступ на међународном тржишту; одабере и примени одговарајућу међународну маркетинг стратегију наступа и форму укључивања на међународно тржиште; организује међународне маркетинг активности.			
Садржај предмета Појам међународног маркетинга Карактеристике савременог међународног окружења Утицај културног окружења на међународни маркетинг Место међународног маркетинга у међународном пословању Растући значај међународног маркетинга Управљање међународним маркетингом Инструменти међународног маркетинг микса Улога производа у међународном маркетингу Политика цена у међународном маркетингу Управљање каналима дистрибуције у међународном маркетингу Политика промоције у међународном маркетингу Међународне маркетинг стратегије Офанзивна и дефанзивна стратегија Стратегија стандардизације и прилагођавања Стратегија ценовне и неценовне конкуренције Форме међународног тржишног укључивања Организација међународног маркетинга			
Литература 1. „Међународни маркетинг“, Бранко Ракита, Економски факултет, Београд, 2008.			
Број часова активне наставе			Остали часови
Предавања: 3	Вежбе: 2	Други облици наставе: Студијски истраживачки рад:	
Методe извођења наставе Предавања ex-cathedra, студије случаја, пројекат (развој међународног маркетинг плана, утицај културних разика на наступ предузећа на међународном тржишту,...), браинсторминг, дискусије, мултимедијалне презентације, есеј...			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
	Максимални број поена	Минимални број поена	
Редовно похађање наставе	10	0	
Домаћи задатак	10	10	
Колоквијум I	20	5	
Семинарски рад	10	10	
Колоквијум II	20	5	
Испит	30	25	