



UNIVERZITET U BEOGRADU  
SAOBRAĆAJNI FAKULTET

MASTER AKADEMSKE STUDIJE

Modul: Menadžment i ekonomija u transportu i komunikacijama

Naziv predmeta:

**INTEGRISANE MARKETING KOMUNIKACIJE I ODNOSI SA JAVNOŠĆU U  
TRANSPORTU**

Školska 2020/2021.

# O predmetu

- ❖ **Fond časova (P+V): 3+1**
- ❖ **Status predmeta: izborni**
- ❖ **Broj kredita/ ESPB bodova: 6**
- ❖ **Nastavnici:**

**Dr Nataša Bojković, vanredni profesor, kab. 005**  
(n.bojkovic@sf.bg.ac.rs)

**Dr Tanja Živojinović, docent, kab. 235**  
(t.zivojinovic@sf.bg.ac.rs)

# Cilj predmeta i aktivnosti studenata

Studenti će se osposobiti da definišu i razumeju elemente integracije marketinških komunikacionih alata i kanala komunikacije; upoznaće se sa strategijama formiranja cena u saobraćaju i transportu. Upoznaće se sa metodama segmentacije tržišta i razumeće implikacije segmentacije na marketinške strategije. Moći će da koriste modele za istraživanje preferencija korisnika i da ih primenjuju u oblasti transportnih usluga.

Tokom trajanja kursa, studenti rade projektne istraživačke radove na teme koje odaberu u saradnji sa nastavnicima.

# Neke od tema

Elementi marketing miksa i vrste komunikacionih integracija, brendiranje, strategije i taktike formiranja cena, marketing strategije u promovisanju inovativnih modela mobilnosti, faktori lojalnosti korisnika u saobraćaju i transportu, itd...

# Literatura

- Ognjanov, G. „Integrirane marketinške komunikacije“, Ekonomski fakultet, Beograd, drugo izdanje 2013.
- Bojković, N., Živojinović, T. „Integrirane marketing komunikacije i odnosi sa javnošću u transportu“. Pisani materijali dostupni na studentskom e-servisu, Saobraćajni fakultet, Beograd.