

Студијски програм/студијски програми: Пословна економија и менаџмент				
Врста и ниво студија: Мастер академске студије				
Назив предмета: ИНТЕРКУЛТУРАЛНИ МАРКЕТИНГ				
Наставник (Име, средње слово, презиме): Срђан М. Шапић				
Статус предмета: Обавезан на модулу Маркетинг, а изборни на модулима Међународни менаџмент и Менаџмент у туризму, I семестар				
Број ЕСПБ: 8				
Услов:				
Циљ предмета: Предмет је конципиран са циљем да упути студенте у основне теоријске и апликативне димензије научних истраживања из области међународног маркетинга, да упозна студенте са методама и техникама анализе међународног, посебно културалног окружења ради успешног спровођења међународних маркетинг активности.				
Исход предмета: Савладавањем материје, студенти се оспособљавају за разумевање сновних димензија савременог међународног окружења, стичу теоријска и практична знања о културалном окружењу и вештине управљања међународним маркетинг активностима као једним од кључних фактора успеха предузећа на међународној сцени.				
Садржај предмета Теоријска настава: Имајући у виду циљ и исходе предмета, структуру предмета Интеркултурални маркетинг чине следећи делови: <ol style="list-style-type: none"> 1. Истраживање међународног окружења; 2. Културална димензија међународног окружења; 3. Маркетинг одлуке у интеркултуралном окружењу; 4. Култура и маркетинг комуникација; 5. Култура и маркетинг преговарање. Практична настава: Вежбе, Други облици наставе, Студијски истраживачки рад				
Литература: <ol style="list-style-type: none"> 1. Usunier, J.C. 2000. <i>Marketing Across Cultures</i>, Fifth Edition, Prentice Hall, London. 2. Deresky, H., 2000. <i>International Management, Managing Across Borders and Cultures</i>, Third Edition, Prentice Hall, New Jersey. 3. Ракита, Б. 2004., Међународни маркетинг, ЦИДЕФ, Београд. 4. Czinkota, M., Ronkainen, I. 2002. <i>International Marketing</i>, South Western Publishing, Cincinnati 				
Број часова активне наставе				Остали часови: 1
Предавања: 2	Вежбе: 2	Други облици наставе: 0	Студијски истраживачки рад: 4	
Методе извођења наставе Предавања, презентација истраживачког рада, анализа пословних случајева				
Оцена знања (максимални број поена 100)				
Предиспитне обавезе	поена	Завршни испит	поена	
активност у току предавања	10	писмени испит	/	
практична настава	/	усмени испит	50	
колоквијум-и	20		
семинар-и	20			