

SVEUČILIŠTE /UNIVERZITET „VITEZ“		
ORGANIZACIJSKA JEDINICA: FAKULTET POSLOVNE EKONOMIJE		
NAZIV PREDMETA: OSNOVE MARKETINGA		ŠIFRA 5.01.01.007
NIVO: dodiplomski	Godina: I	Semestar: II
STATUS: obavezni		Broj ECTS: 6
Ukupno opterećenje studenta 180 sati		R.BR: 007
1.CILJ PREDMETA	Upoznati i osposobiti studente da ovladaju marketinškim konceptom poslovanja. Po tom konceptu omogućuje se uspješno poslovanje i stvara se pretpostavka da firma uspješno zadovolji potrebe kupaca uzvlastito rentabilno poslovanje.	
1.1. Kompetencije / obrazovni ishodi	Kompetencije iz osnova marketinga odnosit će se na znanje iz marketinga i njegovu primjenu u raznim oblastima poslovanja	
1.2. Savladane vještine	Vještine će se manifestirati kroz znanje vezano za izradu plana marketinga po njegovim osnovnim segmentima	
1.3. Osnovni sadržaj predmeta:	<ol style="list-style-type: none"> 1. MARKETING DANAS 2. MARKETING ODREDNICE (OKRUŽENJE, RAZVOJ INTERNETA, DRUŠTVENA ODGOVORNOST, MARKETINŠKA ETIKA, GLOBALNO TRŽIŠTE) 3. TRŽIŠTA (KRAJNJE POTROŠNJE, POSLOVNE POTROŠNJE, MARKETINŠKA ISTRAŽIVANJA) 4. OSNOVNA STRATEGIJA (SEGMENTACIJA I POZICIONIRANJE) 5. KONKURENTNA STRATEGIJA 6. MARKETING MIX 7. PROIZVOD 8. CIJENA 9. PROMIDŽBA 10. DISTRIBUCIJA 	
1.4. Predmeti koji su preduvjeti polaganja	nema	
2. NAČIN IZVOĐENJA NASTAVE		
2.1. NAČIN IZVOĐENJA PREDAVANJA: a) ex katedra 60% b) diskusija 30% c) gost predavač 10% <p style="text-align: right;">UKUPNO: 100%</p>		2.2. NAČIN IZVOĐENJA VJEŽBI: a) obrada slučaja – grupno 40 % b) obrada slučaja – individualno 30 % c) diskusija 30 % <p style="text-align: right;">UKUPNO: 100%</p>
2.3. SISTEM OCJENJIVANJA		
a) OSVAJANJE BODOVA U TOKU I NA KRAJU SEMESTRA <ol style="list-style-type: none"> 1. TEST 1–prvi kolokvij (prvih 50% gradiva) - 20 BODOVA 2. TEST 2-drugi kolokvij (drugih 50% gradiva) - 20 BODOVA 3. TEST 3 – završni ispit (ukupno gradivo) - 20 BODOVA 4. PREDAVANJE – PRISUSTVO - 5 BODOVA 5. PREDAVANJE – AKTIVNO UČEŠĆE - 5 BODOVA 6. VJEŽBE – PRISUSTVO - 5 BODOVA 7. VJEŽBE – SEMINARSKI RAD - 10 BODOVA 8. VJEŽBE – USMENA PREZENTACIJA DRUGE TEME - 5 BODOVA 9. VJEŽBE – ESEJ ILI STUDIJ SLUČAJA - 10 BODOVA <p style="text-align: center;">UKUPNO: 100 BODOVA</p>		b) VISINA OCJENE PREMA BROJU OSVOJENIH BODOVA 5 ——— 0 do 59 bodova 6 ——— 60 do 64 bodova 7 ——— 65 do 74 bodova 8 ——— 75 do 84 bodova 9 ——— 85 do 94 bodova 10 ——— 95 do 100 bodova
* STUDENT IMA PRAVO NA POPRAVNI IZ TOČKI: 1, 2, 3, 7,8 i 9 UKOLIKO JE NEZADOVOLJAN SA OSVOJENIM BODOVIMA ILI NIJE U ODREĐENOM TERMINU PRISTUPIO TESTU ILI NIJE PREDAO RAD PO TOČKAMA 7, 8 i 9		
3. LITERATURA:		
<ol style="list-style-type: none"> 1. PHILIP KOTLER, VERONICA WONG, JOHN SAUNDERS i GARY ARMSTRONG „ OSNOVE MARKETINGA”, četvrto Evropsko izdanje (dio knjige po izboru profesora), prevod „MATE “Zagreb,2006 godine. 2. DODATNA LITERATURA : PROFESOR ČE NA PRVOM PREDAVANJU DATI ŠIRI SPISAK DODATNE LITERATURE 		

