

SVEUČILIŠTE /UNIVERZITET „VITEZ“		
ORGANIZACIJSKA JEDINICA: FAKULTET POSLOVNE EKONOMIJE		
NAZIV PREDMETA: MEĐUNARODNI MARKETING		ŠIFRA 5.01.05.033
NIVO: dodiplomski	Godina: II	Semestar: IV
STATUS: obavezni		Broj ECTS: 6
Ukupno opterećenje studenta 180 sati		R.BR: 037
1.CILJ PREDMETA	Upoznati studente sa ciljem i zadacima međunarodnog marketinga naročito u periodu liberalizacije i globalizacije u međunarodnim trgovinskim odnosima.	
1.1. Kompetencije / obrazovni ishodi	Student će savladati pojam i značaj međunarodnog marketinga naročito sa aspekta globalizacije tržišta i povećanja konkurencije firmi iz drugih država	
1.2. Savladane vještine	Student će ovladati tehnikama međunarodnog marketinga pravljenja plana kao i zrade politike po pojedinim elementima međunarodnog marketinga	
1.3. Osnovni sadržaj predmeta:	1. MEĐUNARODNI MARKETING I SVJETSKA TRGOVINA 2. KONKURENTNOST NA SVJETSKOM TRŽIŠTU 3. MEĐUNARODNE EKONOMSKE ORGANIZACIJE 4. OKRUŽENJE SVJETSKOG TRŽIŠTA 5. ISTRAŽIVANJE STRANOG TRŽIŠTA 6. STRATEGIJA ULASKA NA STRANA TRŽIŠTA 7. MEĐUNARODNI MARKETING MIKS (PROIZVOD, CIJENA, PROMOCIJA, DISTRIBUCIJA) 8. PROCES PLANIRANJA I IZRADA MEĐUNARODNOG MARKETING PLANA	
1.4. Predmeti koji su preduvjeti polaganja	1. OSNOVE MARKETINGA, II semestar	
2. NAČIN IZVOĐENJA NASTAVE		
2.1. NAČIN IZVOĐENJA PREDAVANJA: a) ex katedra 60% b) diskusija 30% c) gost predavač 10%		2.2. NAČIN IZVOĐENJA VJEŽBI: a) obrada slučaja – grupno 20 % b) obrada slučaja – individualno 30 % c) pravljenje plana 30 % c) diskusija – prezentacija 20 %
UKUPNO: 100%		UKUPNO: 100%
2.3. SISTEM OCJENJIVANJA		
a) OSVAJANJE BODOVA U TOKU I NA KRAJU SEMESTRA		b) VISINA OCJENE PREMA BROJU OSVOJENIH BODOVA
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 UKUPNO: 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:		
3.1. OBAVEZNA LITERATURA:		
1. ANTO DOMAZET i dr. „MEĐUNARODNI MARKETING“ II. IZDANJE, Ekonomski fakultet SARAJEVO, 2002. god.		
3.2. DODATNA LITERATURA:		
1. PROFESOR ĆE NA PRVOM PREDAVANJU DATI SPISAK ŠIRE DODATNE LITERATURE		