

SVEUČILIŠTE /UNIVERZITET „VITEZ“		
ORGANIZACIJSKA JEDINICA: FAKULTET POSLOVNE EKONOMIJE		
NAZIV PREDMETA: MARKETING MENADŽMENT		ŠIFRA 5.01.05.035
NIVO: dodiplomski	Godina: III	Semestar: VI
STATUS: obavezni smjerski i izborni		Broj ECTS: 5
Ukupno opterećenje studenta 150 sati		R.BR: 040
1.CILJ PREDMETA	Upoznati studente sa metodama i tehnikama donošenja odluka iz oblasti marketinga. Razviti kod studenata razumijevanje uloge marketinga kao i naučiti ih analitičkim konceptima pri razmatranju i donošenju marketinške odluke.	
1.1. Kompetencije / obrazovni ishodi	Obrazovni ishodi će se odnositi na menadžment funkcije u marketingu kao što su upravljanje marketingom i izgradnja snažnih marki	
1.2. Savladane vještine	Vještine će se odnositi na planiranje, organizovanje, ljudske resurse, rukovođenje i kontrolu marketinga	
1.3. Osnovni sadržaj predmeta:	1. RAZUMIJEVANJE UPRAVLJANJA MARKETINGOM 2. POVEZIVANJE SA KLIJENTOM 3. ANALIZA KUPACA 4. IZGRADNJA SNAŽNIH MARKI 5. FORMIRANJE TRŽIŠNE PONUDE 6. ISPORUKE VRIJEDNOSTI 7. UPRAVLJANJE ELEMENTIMA MARKETINGA 8. VAŽNOST KOMUNICIRANJA 9. UPRAVLJANJE MARKETINGOM 10. ORGANIZACIJA MARKETINGA	
1.4. Predmeti koji su preduvjeti polaganja	1. OSNOVE MARKETINGA, II semestar 2. ISTRAŽIVANJE MARKETINGA, III semestar	
2. NAČIN IZVOĐENJA NASTAVE		
2.1. NAČIN IZVOĐENJA PREDAVANJA: a) ex katedra 50% b) diskusija 40% c) gost predavač 10%		2.2. NAČIN IZVOĐENJA VJEŽBI: a) obrada slučaja – grupno 40 % b) obrada slučaja – individualno 40 % c) diskusija – prezentacija 20 %
UKUPNO: 100%		UKUPNO: 100%
2.3. SISTEM OCJENJIVANJA		
a) OSVAJANJE BODOVA U TOKU I NA KRAJU SEMESTRA 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		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:		
3.1. OBAVEZNA LITERATURA:		
1. P. KOTLER i L. KELLER „UPRAVLJANJE MARKETINGOM“, XII izdanje, prevod „MATE“ ZAGREB, 2008. god. (dio knjige po izboru profesora) ili ISTA KNJIGA POD DRUGIM IMENOM I PREVODIOCEM. 2. P. KOTLER i L. KELLER „MARKETING MENADŽMENT“, XII izdanje, prevod „DATA STATUS“ BEOGRAD, 2006. god.(dio knjige po izboru profesora).		
3.2. DODATNA LITERATURA:		
1. PROFESOR ĆE NA PRVOM PREDAVANJU DATI SPISAK ŠIRE DODATNE LITERATURE		

