

SVEUČILIŠTE / UNIVERZITET „VITEZ“		
ORGANIZACIJSKA JEDINICA: FAKULTET POSLOVNE INFORMATIKE - TRAVNIK		
NAZIV PREDMETA: OSNOVE MARKETINGA		ŠIFRA 5.01.01.007
NIVO: dodiplomski	Godina: I	Semestar: II
STATUS: obavezni zajednički za sve smjerove		Broj ECTS: 6
Ukupno opterećenje studenta 180 sati		Broj 7
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:	1. MARKETINŠKI KONCEPT POSLOVANJA 2. MARKETING OKRUŽENJE 3. TRŽIŠTE I PONAŠANJE POTROŠAČA 4. SEGMENTACIJA TRŽIŠTA I IZBOR CILJNOG TRŽIŠTA 5. MARKETING MIX 6. ASORTIMAN PONUDE 7. POLITIKA CIJENA 8. PROMOCIJA 9. KANALI DISTRIBUCIJE 10. GLOBALNI MARKETING	
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%		2.2. NAČIN IZVOĐENJA VJEŽBI: a) obrada slučaja – grupno 40 % b) obrada slučaja – individualno 30 % c) diskusija 30 %
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:		
1. TIHI B. i dr. „MARKETING“, III. izdanje, Ekonomski fakultet SARAJEVO, 2006. god., ili 2. P. KOTLER i dr. „ OSNOVE MARKETINGA“, prevod „MATE“ ZAGREB, 2006. god. ili 3. MILISAVLJEVIĆ dr MOMČILO i dr. „OSNOVI MARKETINGA“ Ekonomski fakultet BEOGRAD, 2007. god.		