

SVEUČILIŠTE / UNIVERZITET „VITEZ“			
ORGANIZACIJSKA JEDINICA: FAKULTET POSLOVNE INFORMATIKE - TRAVNIK			
NAZIV PREDMETA: INTERNET MARKETING		ŠIFRA 2.09.04.010	
NIVO: dodiplomski	Godina: III	Semestar: V	
STATUS: izborni		Broj ECTS: 6	
Ukupno opterećenje studenta 180 sati		Broj 22	
1. CILJ PREDMETA			
1.1. Kompetencije / obrazovni ishodi			
1.2. Savladane vještine			
1.2. Osnovni sadržaj predmeta:	1.		
1.3. Predmeti koji su preduvjeti polaganja	1. NET MENADŽMENT, 2. MPIS		
2. NAČIN IZVOĐENJA NASTAVE			
2.1. NAČIN IZVOĐENJA PREDAVANJA:		2.2. NAČIN IZVOĐENJA VJEŽBI:	
a) ex katedra	70%	a) obrada slučaja – grupno	40 %
b) diskusija	20%	b) obrada slučaja – individualno	40 %
c) gost predavač	10%	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 50% gradiva)	- 20 BODOVA	5	0 do 59 bodova
2. TEST 2 (drugi 50% gradiva)	- 20 BODOVA	6	60 do 64 bodova
3. TEST 3 (ukupno gradivo)	- 20 BODOVA	7	65 do 74 bodova
4. PREDAVANJE – PRISUSTVO	- 5 BODOVA	8	75 do 84 bodova
5. PREDAVANJE – AKTIVNO UČEŠĆE	- 5 BODOVA	9	85 do 94 bodova
6. VJEŽBE – PRISUSTVO	- 5 BODOVA	10	95 do 100 bodova
7. VJEŽBE – SEMINARSKI RAD	- 5 BODOVA		
8. VJEŽBE – USMENA I ELEKTRONSKA PREZENTACIJA DRUGE TEME	- 10 BODOVA		
9. VJEŽBE – ESEJ ILI STUDIJ SLUČAJA	- 5 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:			
1. JUDY STRAUSS, ADEL EL-ANSARY, RAYMOND FROST „E-MARKETING“, IV izdanje, SARAJEVO, 2006. god., PREVOD			
2. prof. DR DRAGO RUŽIĆ „E-MARKETING“, OSIJEK, 2003. god.			
3. THOMSON PUBL „HANDBOOK OF IT IN BUSINESS“, LONDON, 1999. god.			
4. GALOGOŽA M. i TRIPUNOVSKI Z. „INTERNET MARKETING“, APEIRON, BANJA LUKA, 2007. god.			

