

**SVEUČILIŠTE/UNIVERZITET „VITEZ“ VITEZ**

**II. CIKLUS STUDIJA**

<b>ORGANIZACIONA JEDINICA:</b> Fakultet poslovne ekonomije																							
<b>NAZIV PREDMETA:</b> Strateški marketing																							
<b>Šifra predmeta:</b> 5.01.05.ME-05	<b>Semestar:</b> Ljetni	<b>ECTS:</b> 7																					
<b>Status predmeta:</b> Obavezan		<b>Ukupno radno opterećenje studenta:</b> 210 sati																					
<b>Osnovni sadržaj predmeta:</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Koncept strateškog marketinga</li> <li>2. Tržišno orijentirani strateški marketing</li> <li>3. Strateška analiza okruženja</li> <li>4. Globalizacija i strateški marketing</li> <li>5. Strateško marketing planiranje</li> <li>6. Izbor marketing strategija</li> <li>7. Implementacija marketing strategija</li> <li>8. Novi izazovi tržišta u strateškom marketingu</li> <li>9. Strategije brendiranja</li> <li>10. Novi pravci razvoja strategija</li> <li>11. Ponašanje potrošača i marketing strategije</li> <li>12. Kontrola marketing strategija</li> </ol>		<b>Cilj predmeta:</b> Sticanje znanja i vještina potrebnih za definiranje marketing ciljeva i strategija kako bi se osigurala bolja tržišna pozicija i konkurentnost na dugi rok, kao i savladavanje metoda i tehnika koje se koriste u strateškom marketingu i njihova primjena. <b>Način izvođenja nastave:</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ex katedra.....70 %</li> <li>2. Gost predavač.....10 %</li> <li>3. Diskusija.....20 %</li> </ol> Ukupno:.....100 % <b>Visina ocjene prema broju osvojenih bodova:</b> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Ocjena</th> <th>Broj bodova</th> <th>Opisna ocjena</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>5</td> <td>0 – 54</td> <td>Nedovoljan</td> </tr> <tr> <td>6</td> <td>55 – 64</td> <td>Dovoljan</td> </tr> <tr> <td>7</td> <td>65 – 74</td> <td>Zadovoljava</td> </tr> <tr> <td>8</td> <td>75 – 84</td> <td>Dobar</td> </tr> <tr> <td>9</td> <td>85 – 94</td> <td>Vrlo dobar</td> </tr> <tr> <td>10</td> <td>95 – 100</td> <td>Izvrstan</td> </tr> </tbody> </table>	Ocjena	Broj bodova	Opisna ocjena	5	0 – 54	Nedovoljan	6	55 – 64	Dovoljan	7	65 – 74	Zadovoljava	8	75 – 84	Dobar	9	85 – 94	Vrlo dobar	10	95 – 100	Izvrstan
Ocjena	Broj bodova	Opisna ocjena																					
5	0 – 54	Nedovoljan																					
6	55 – 64	Dovoljan																					
7	65 – 74	Zadovoljava																					
8	75 – 84	Dobar																					
9	85 – 94	Vrlo dobar																					
10	95 – 100	Izvrstan																					
<b>Sistem bodovanja studenata:</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Predispitni aktivnosti (aktivno učešće u nastavnom procesu i seminarski rad)....0-50 bodova</li> <li>2. Ispit .....0-50 bodova</li> </ol> <p align="right">UKUPNO: ....0-100 bodova</p>																							
<b>Obavezna literatura:</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Filipović, V., Janičić, R. "STRATEŠKI MARKETING", Fakultet organizacionih nauka, Beograd, 2010.</li> </ol>																							
<b>Dodatna literatura:</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>2. Kotler, K., Keller, K.L. „UPRAVLJANJE MARKETINGOM“, 12.izdanje, Mate, Zagreb, 2008. Poglavlja 2, 3, 10, 11, 21, 22.</li> </ol>																							