

<b>SVEUČILIŠTE/UNIVERZITET „VITEZ“ U VITEZU</b>												
<b>ORGANIZACIONA JEDINICA: FAKULTET POSLOVNE EKONOMIJE</b>												
<b>NAZIV PREDMETA: STRATEŠKI MARKETING</b>		<b>Šifra: 5.01.05</b> <b>Br.predmeta:ME-09</b>										
<b>NIVO: MAGISTARSKI</b>	<b>GODINA: II</b>	<b>SEMESTAR:IV</b>										
<b>STATUS PREDMETA: OBAVEZNI</b>		<b>BROJ ECTS: 7</b>										
<b>Ukupno radno opterećenje studenta : 210 sati ( 1 ECTS=30 sati)</b>												
<b>1.CILJ PREDMETA</b>	Sticanje znanja i veština 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>2.OSNOVNI SADRŽAJ PREDMETA</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Koncept strateškog marketinga</li> <li>2. Tržišno orjentirani 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>3. NAČIN IZVOĐENJA NASTAVE</b>	<table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 60%;">1. Ex katedra</td> <td style="text-align: right;">70 %</td> </tr> <tr> <td>2. Gost predavač</td> <td style="text-align: right;">10 %</td> </tr> <tr> <td>3. Diskusija</td> <td style="text-align: right;">20 %</td> </tr> <tr> <td><b>UKUPNO :</b></td> <td style="text-align: right;"><b>100 %</b></td> </tr> </table>		1. Ex katedra	70 %	2. Gost predavač	10 %	3. Diskusija	20 %	<b>UKUPNO :</b>	<b>100 %</b>		
1. Ex katedra	70 %											
2. Gost predavač	10 %											
3. Diskusija	20 %											
<b>UKUPNO :</b>	<b>100 %</b>											
<b>4.SISTEM BODOVANJA STUDENATA:</b>												
<table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 60%;">1.Seminarski rad</td> <td style="text-align: right;">- 40 bodova</td> </tr> <tr> <td>2.Interaktivnost</td> <td style="text-align: right;">-20 bodova</td> </tr> <tr> <td>3.Prezentacija i odbrana seminarskog rada</td> <td style="text-align: right;">-10 bodova</td> </tr> <tr> <td>4.Usmeni ispit</td> <td style="text-align: right;">-30 bodova</td> </tr> <tr> <td><b>UKUPNO</b></td> <td style="text-align: right;"><b>- 100 bodova</b></td> </tr> </table>			1.Seminarski rad	- 40 bodova	2.Interaktivnost	-20 bodova	3.Prezentacija i odbrana seminarskog rada	-10 bodova	4.Usmeni ispit	-30 bodova	<b>UKUPNO</b>	<b>- 100 bodova</b>
1.Seminarski rad	- 40 bodova											
2.Interaktivnost	-20 bodova											
3.Prezentacija i odbrana seminarskog rada	-10 bodova											
4.Usmeni ispit	-30 bodova											
<b>UKUPNO</b>	<b>- 100 bodova</b>											
<b>5.VISINA OCJENE PREMA BROJU OSVOJENIH BODOVA</b>												
<u>OCJENA</u>	<u>BROJ BODOVA</u>											
5	-	0 – 59										
6	-	60 - 64										
7	-	65 - 74										
8	-	75 – 84										
9	-	85 – 94										
10	-	95 – 100										
<b>6.OBAVEZNA LITERATURA:</b>												
Filipović, V., Jančić, R. "STRATEŠKI MARKETING", Fakultet organizacionih nauka, Beograd, 2010												
<b>DODATNA LITERATURA:</b>												
Kotler, K., Keller, K.L. „UPRAVLJANJE MARKETINGOM“, 12.izdanje, Mate, Zagreb, 2008. Poglavlja 2, 3, 10, 11, 21, 22												