

<b>NAZIV PREDMETA</b>	Marketing					
<b>NIVO STUDIJA</b>	Dodiplomski					
<b>Šifra predmeta</b>	5.01.04.E006	<b>Godina studija</b>	I			
<b>Nositelj/i predmeta</b>	Prof. dr.sc. Darijo Jerković	<b>Bodovna vrijednost (ECTS)</b>	6			
<b>Saradnici</b>	Mr. Lejla Tatarević					
<b>OPISPREDMETA</b>						
<b>CILJ PREDMETA</b>	Upoznavanje studenata sa osnovnim spoznajama o suvremenom marketingu i mogućnostima primjene tih spoznaja u nastupu poduzeća na tržištu sciljcem stvaranja dugoročne lojalnosti kupaca kao jednog od temeljnih preduvjeta tržišnog uspjeha poduzeća.					
<b>Uslovi za upis predmeta i ulazne kompetencije potrebne za predmet</b>	Nema					
<b>Očekivani ishodi učenja na razini predmeta (10 ishoda)</b>	Sposobnost identifikacije vrijednosti za kupca, vrednovanje utjecaja aktera iz marketing okruženja, poznavanje procesa i faza donošenja odluka o kupovini, podjela tržišta u segmente i izbor segmenata, poznavanje taktika i aktivnosti pozicioniranja, poznavanje i vrednovanje različitih strategija proizvoda, primjena cijena u tržišnoj strategiji, prepoznavanje faza životnog ciklusa proizvoda, efekti primjene različitih elemenata komunikacijskog miksa, upravljanje kanalima marketinga, značaj povezivanja marketinških aktivnosti u integriranu cjelinu, spoznaje o razlikama između marketinga na domaćim i ino-tržištima					
<b>Sadržaj predmeta detaljno razrađen prema satnici nastave:</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kreiranje vrijednosti i zadovoljstva kupaca (2 sata)</li> <li>2. Marketing okruženje (4 sata)</li> <li>3. Proces odlučivanja u kupovici i ponašanje potrošača (3 sata)</li> <li>4. Tržišno segmentiranje, izbor ciljnih tržišta i pozicioniranje (2 sata)</li> <li>5. Strategije proizvoda, usluga i marki, životni ciklus proizvoda (4 sata)</li> <li>6. Formiranje i strategije cijena (2 sata)</li> <li>7. Marketing komunikacijski miks (4 sata)</li> <li>8. Upravljanje marketing kanalima (3 sata)</li> <li>9. Integrirana marketinška komunikacija (3 sata)</li> <li>10. Globalni marketing (3 sata)</li> </ol>					
<b>Vrste izvođenja nastave:</b>	In class Online	Konsultacije				
<b>Obaveze studenta</b>						
<b>Praćenje rada studenata (upisati udio u ECTS bodovima za svaku aktivnost tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara</b>	<b>Pohađanje nastave</b>	0,9	<b>Istraživanje</b>	0	<b>Praktičan rad</b>	0
	<b>Eksperimentalan rad</b>	0	<b>Referat</b>	0	<b>Ostalo</b>	0

bodovnoj vrijednosti predmeta):	Esej	0	Seminarski rad	1,5	Ostalo (upisati)	0
	Kolokvij	1,8	Usmeni ispit	0	Ostalo (upisati)	0
	Pismeni ispit	1,8	Projekat	0	Ostalo (upisati)	0

Ocjenjivanje i vrjednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu	<b>Predispitne aktivnosti</b>					
	1. Pohađanje nastave: Prisustvo predavanjima 5 bodova.....5 % Prisustvo vježbama 5 bodova.....5 % Kontinuirani rad/Interaktivnost 5 bodova.....5 % 2. Seminarski Pismeni dio 15 bodova.....15 % Usmena prezentacija 10 bodova..... 10% 3. Kolokvij 30 bodova.....30 % <b>Ispit</b> 4. Pismeni /Usmeni ispit 30 bodova.....30 % <b>UKUPNO</b> .....100 %					

Obvezna literatura (dostupna u knjižnici i putem ostalih medija)	Naslov	Broj primjeraka u biblioteci	Dostupnost putem ostalih medija	Ostalo
	Kotler, Ph. i dr. "OSNOVE MARKETINGA", četvrto europsko izdanje, MATE, Zagreb, 2006.	1		
	Tihi, B. i dr., „MARKETING“, 3. izmjenjeno i dopunjeno izdanje, Ekonomski fakultet u Sarajevu, 2006.	1		

Dopunska literatura	
---------------------	--

Ostalo(prema mišljenju predlagatelja)	
---------------------------------------	--