

NAZIV PREDMETA	Vrednovanje marke					
NIVO STUDIJA	Dodiplomski					
Šifra predmeta	5.01.05.E056	Godina studija	III/IV			
Nositelj/i predmeta	Prof. dr. sc. Marko Šantić	Bodovna vrijednost (ECTS)	5			
Saradnici						
OPISPREDMETA						
CILJ PREDMETA	Studenti će kroz ovaj predmet ovladati metodama i tehnikama utvrđivanje vrijednosti marke. Studenti će znati utvrditi kako kvantitativnu tako i kvalitativno vrijednost.					
Uslovi za upis predmeta i ulazne kompetencije potrebne za predmet	Nema					
Očekivani ishodi učenja na razini predmeta (10 ishoda)	<p>Nakon položenog predmeta studenti će moći:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Objasniti pojam i koncept brenda (marke) - Objasnuti trgovinski znak i vrijednost marke - Definirati trgovinski znak u pravu i računovodstvu, te naučiti vrednovati marku - Objasnuti značenje pravne zaštite marke - Objasniti karakteristike suvremenog upravljanja markom – brend menadžmenta - Analizirati stečena teorijska i praktična znanja u konkretne situacije na tržištu 					
Sadržaj predmeta detaljno razrađen prema satnici nastave:	<ol style="list-style-type: none"> 1. ZNAČAJ I SVRHA VREDNOVANJA MARKE (2 sata) 2. TRGOVINSKI ZNAK, MARKA I VRIJEDNOST MARKE (3 sata) 3. VREDNOVANJE PODUZEĆA (4 sata) 4. TRGOVINSKI ZNAK U PRAVU I RAČUNOVODSTVU (3 sata) 5. FINACIJSKO VREDNOVANJE MARKE (4 sata) 6. MODELI FINACIJSKOG VREDNOVANJA (4 sata) 7. METODOLOGIJA ZA FINACIJSKO VREDNOVANJE (3 sata) 8. METODE VREDNOVANJA (3 sata) 9. ZNAČAJ MARKE U MODERNOM POSLOVANJU (2 sata) 10. UTJECAJ MODERNIH TEHNOLOGIJA NA MARKU (2 sata) 					
Vrste izvođenja nastave:	In class On line	Konzultacije				
Obaveze studenta	<ol style="list-style-type: none"> 1) Pohađanje nastave i sudjelovanje u diskusiji na nastavi 2) Pisanje pismenog ispita (usmeni ispit) 3) Pohađanje i aktivno sudjelovanje na vježbama 					
Praćenje rada studenata (upisati udio u ECTS bodovima za svaku aktivnost tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara	Pohađanje nastave	0,75	Istraživanje	0	Praktičan rad	0
	Eksperimentalan rad	0	Referat	0	Ostalo	0

bodovnoj vrijednosti predmeta):	Esej	0	Seminarski rad	1,25	Ostalo (upisati)	0
	Kolokvij	1,5	Usmeni ispit	0	Ostalo (upisati)	0
	Pismeni ispit	1,5	Projekat	0	Ostalo (upisati)	0
Ocjenjivanje i vrjednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu	Predispitne aktivnosti 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 % Ispit 4. Pismeni /Usmeni ispit 30 bodova.....30 % UKUPNO.....100 %					
Obvezna literatura (dostupna u knjižnici i putem ostalih medija)	Naslov	Broj primjeraka u biblioteci		Dostupnost putem ostalih medija		Ostalo
	1. Predović, D.: „Vrednovanje marke“, Mate, Zagreb, 2007.					
Dopunska literatura	2. Kevin L. K.: "Strategic Brand Management : Building, Measuring, and Managing Brand Equity", Pearson, 2015. 3. Geiserich E. T.: "Procjena vrijednosti poduzeća", Faber & Zgombić Plus LTD, Zagreb, 2002.					
Ostalo(prema mišljenju predlagatelja)	Nastavni materijali: raspoloživi na IUSBAX - u					