

NAZIV PREDMETA	Upravljanje marketingom					
NIVO STUDIJA	Dodiplomski					
Šifra predmeta	5.01.04.E090	Godina studija	IV			
Nositelj/i predmeta		Bodovna vrijednost (ECTS)	5			
Saradnici						
OPIS PREDMETA						
CILJ PREDMETA	Pružiti studentima spoznaje o značenju i ulogu marketing menadžmenta u jačanju konkurentske snage poduzeća na visoko kompetitivnom globalnom tržištu, te značaju prihvaćanja marketinške koncepcije u poslovanju od strane menadžmenta i zaposlenika na svim razinama..					
Uslovi za upis predmeta i ulazne kompetencije potrebne za predmet	Nema					
Očekivani ishodi učenja na razini predmeta (10 ishoda)	Spoznaje kako upravljati marketingom, identifikacija značaja tog upravljanja, formiranje informacijske podrške za upravljanje, prikupljanje informacija u kompaniji i na tržištu, modaliteti povezivanja sa kupcima, uloga brenda u marketingu, formiranje optimalne ponude za tržište, definiranje vlastite dodane vrijednosti, promocija dodane vrijednosti, kako ostvariti dugoročni rast, nužnost sinkronizacije i korištenja svih marketing aktivnosti na jedinstven način					
Sadržaj predmeta detaljno razrađen prema satnici nastave:	<ol style="list-style-type: none"> 1. DEFINIRANJE MARKETINGA ZA 21. STOLJEĆE (3 sata) 2. RAZUMJEVANJE UPRAVLJANJA MARKEITNGOM 2 sata) 3. PRIKUPLJANJE INFORMACIJA I PROVOĐENJE ISTRAŽIVANJA (3 sata) 4. POVEZIVANJE SA POTROŠAČIMA (3 sata) 5. IZGRAĐIVANJE SNAŽNIH MARKI (3 sata) 6. OBLIKOVANJE TRŽIŠNE PONUDE (3 sata) 7. ISPORUKA VRIJEDNOSTI (2 sata) 8. ODAŠILJANJE PORUKE O VRIJEDNOSTI (3 sata) 9. OSTVARIVANJE USPJEŠNOG DUGOROČNOG RASTA (2 sata) 10. HOLISTIČKI PRISTUP MARKETINGU (3 sata) 					
Vrste izvođenja nastave:	In class Online	Konsultacije				
Obaveze studenta						
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	
	Kotler, Ph., Keller, K.L., Martinović, M. „, Upravljanje marketingom“ 14.izdanje, Mate, Neum, 2014.				
Dopunska literatura	Milanović-Golubović, V., „Marketing menadžment“, peto izdanje, Megatrend, Beograd, 2004.				
Ostalo(prema mišljenju predlagatelja)					