

SVEUČILIŠTE/UNIVERZITET „VITEZ“ VITEZ

ORGANIZACIJSKA JEDINICA: Fakultet poslovne ekonomije																						
NAZIV PREDMETA: Vrednovanje marke	ŠIFRA: 5.01.05.E056																					
PREDMETNI NASTAVNIK: prof. dr. Lordan Iličić	Email: lordan.ilicic@unvi.edu.ba																					
Nivo: Dodiplomski	Godina: III/IV (treća/četvrta)																					
Status predmeta: Izborni	Semestar: VI/VII (šesti/sedmi)																					
Ukupno radno opterećenje studenta: 150 sati	ECTS: 5																					
Cilj predmeta:	Studenti će kroz ovaj predmet ovladati metodama i tehnikama utvrđivanje vrijednosti marke. Studenti će znati utvrditi kako kvantitativnu tako i kvalitativnu vrijednost.																					
Kompetencije/obrazovni ishodi	Nakon uspješnog polaganja ovog predmeta studenti će steći osnovna teoretska znanja o kvantitativnim i kvalitativnim komponentama branda (marke) i načinima njihove identifikacije.																					
Savladane vještine	Vještine će se izražavati kroz poznavanje komponenti branda i načinu kako izračunati vrijednost i snagu svakog branda ili marke na tržištu																					
Osnovni sadržaj predmeta	<ol style="list-style-type: none"> 1. ZNAČAJ I SVRHA VREDNOVANJA MARKE 2. TRGOVINSKI ZNAK, MARKA I VRIJEDNOST MARKE 3. VREDNOVANJE PODUZEĆA 4. TRGOVINSKI ZNAK U PRAVU I RAČUNOVODSTVU 5. FINACIJSKO VREDNOVANJE MARKE 6. MODELI FINACIJSKOG VREDNOVANJA 7. METODOLOGIJA ZA FINACIJSKO VREDNOVANJE 8. METODE VREDNOVANJA 9. ZNAČAJ MARKE U MODERNOM POSLOVANJU 10. UTJECAJ MODERNIH TEHNOLOGIJA NA MARKU 																					
Predmeti koji su preduvjet polaganja																						
Način izvođenja nastave																						
Način izvođenja predavanja:	Način izvođenja vježbi:																					
a) Ex katedra.....50 %	a) Obrada slučaja – grupno.....40 %																					
b) Diskusija.....40 %	b) Obrada slučaja – individualno.....40 %																					
c) Gost predavač.....10 %	c) Diskusija – prezentacija.....20 %																					
Ukupno: 100 %	Ukupno: 100 %																					
Sistem ocjenjivanja																						
a) Osvajanje bodova u toku i na kraju semestra	b) Visina ocjene prema broju osvojenih bodova																					
<ol style="list-style-type: none"> 1. Kolokvij.....30 bodova 2. Završni ispit.....30 bodova 3. Predavanje (nazočnost na predavanjima i vježbama i aktivno participiranje u nastavi)20 bodova 4. Vježbe (seminarski rad ili esej uz izradu ppt prezentacije).....20 bodova <p align="right">Ukupno :.....100 bodova</p>	<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																				
NAPOMENA: Za vanredne i DL studente, tačka 3. glasi: seminarski rad ili esej (case study) = 30 bodova, tačka 4. glasi: prezentacija seminarskog rada = 0 – 5 bodova, te se dodaje tačka 5.: prisustvo uvodnom predavanju = 0 – 5 bodova. Student ima pravo na popravni iz tačke 1., 2., i 4., odnosno 3. (vanredni i DL studenti), ukoliko je nezadovoljan ocjenom sa osvojenim bodovima ili nije u određenom terminu pristupio testu ili nije predao rad po tački 4., odnosno 3. (VS i DL).																						
LITERATURA:																						
Osnovna:																						
1. Predović, D.: „Vrednovanje marke“, Mate, Zagreb, 2007.																						
Dopunska:																						
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																						