

<b>SVEUČILIŠTE /UNIVERZITET „VITEZ“</b>		
<b>ORGANIZACIJSKA JEDINICA: FAKULTET POSLOVNE EKONOMIJE</b>		
<b>NAZIV PREDMETA: OSNOVE MARKETINGA</b>		<b>ŠIFRA 5.01.01.007</b>
<b>NIVO: dodiplomski</b>	<b>Godina: I</b>	<b>Semestar: II</b>
<b>STATUS: obavezni</b>		<b>Broj ECTS: 6</b>
<b>Ukupno opterećenje studenta 180 sati</b>		<b>R.BR: 7</b>
<b>1.CILJ PREDMETA</b>	Upoznati i osposobiti studente da ovladaju marketinškim konceptom poslovanja. Po tom konceptu omogućuje se uspješno poslovanje i stvara se pretpostavka da firma uspješno zadovolji potrebe kupaca uzvlastito rentabilno poslovanje.	
<b>1.1. Kompetencije / obrazovni ishodi</b>	Kompetencije iz osnova marketinga odnosit će se na znanje iz marketinga i njegovu primjenu u raznim oblastima poslovanja	
<b>1.2. Savladane vještine</b>	Vještine će se manifestirati kroz znanje vezano za izradu plana marketinga po njegovim osnovnim segmentima	
<b>1.3. Osnovni sadržaj predmeta:</b>	1. MARKETINŠKI KONCEPT POSLOVANJA 2. MARKETINŠKI OKRUŽENJE 3. TRŽIŠTE I PONAŠANJE POTROŠAČA 4. SEGMENTACIJA TRŽIŠTA I IZBOR CILJNOG TRŽIŠTA 5. MARKETINŠKI MIX 6. ASORTIMAN PONUDE 7. POLITIKA CIJENA 8. PROMOCIJA 9. KANALI DISTRIBUCIJE 10. GLOBALNI MARKETING	
<b>1.4. Predmeti koji su preduvjeti polaganja</b>	nema	
<b>2. NAČIN IZVOĐENJA NASTAVE</b>		
2.1. NAČIN IZVOĐENJA PREDAVANJA: a) ex katedra 60% b) diskusija 30% c) gost predavač 10%		2.2. NAČIN IZVOĐENJA VJEŽBI: a) obrada slučaja – grupno 40 % b) obrada slučaja – individualno 30 % c) diskusija 30 %
<b>UKUPNO: 100%</b>		<b>UKUPNO: 100%</b>
<b>2.3. SISTEM OCJENJIVANJA</b>		
<b>a) OSVAJANJE BODOVA U TOKU I NA KRAJU SEMESTRA</b>  1. TEST 1–prvi kolokvij (prvih 50% gradiva) - 20 BODOVA 2. TEST 2-drugi kolokvij (drugih 50% gradiva) - 20 BODOVA 3. TEST 3 – završni ispit (ukupno gradivo) - 20 BODOVA 4. PREDAVANJE – PRISUSTVO - 5 BODOVA 5. PREDAVANJE – AKTIVNO UČEŠĆE - 5 BODOVA 6. VJEŽBE – PRISUSTVO - 5 BODOVA 7. VJEŽBE – SEMINARSKI RAD - 10 BODOVA 8. VJEŽBE – USMENA PREZENTACIJA DRUGE TEME - 5 BODOVA 9. VJEŽBE – ESEJ ILI STUDIJ SLUČAJA - 10 BODOVA		<b>b) VISINA OCJENE PREMA BROJU OSVOJENIH BODOVA</b>  5 ——— 0 do 55 bodova 6 ——— 56 do 64 bodova 7 ——— 65 do 74 bodova 8 ——— 75 do 84 bodova 9 ——— 85 do 94 bodova 10 ——— 95 do 100 bodova
<b>UKUPNO: 100 BODOVA</b>		
* STUDENT IMA PRAVO NA POPRAVNI IZ TOČKI: 1, 2, 3, 7,8 i 9 UKOLIKO JE NEZADOVOLJAN SA OSVOJENIM BODOVIMA ILI NIJE U ODREĐENOM TERMINU PRISTUPIO TESTU ILI NIJE PREDAO RAD PO TOČKAMA 7, 8 i 9		
<b>3. LITERATURA:</b>		
1. TIHI B. i dr. „MARKETING“, III. izdanje, Ekonomski fakultet SARAJEVO, 2006. god., ili 2. P. KOTLER i dr. „ OSNOVE MARKETINGA“, prevod „MATE“ ZAGREB, 2006. god. ili 3. MILISAVLJEVIĆ dr MOMČILO i dr. „OSNOVI MARKETINGA“ Ekonomski fakultet BEOGRAD, 2007. god.		