

SVEUČILIŠTE/UNIVERZITET „VITEZ“ VITEZ

ORGANIZACIJSKA JEDINICA: Fakultet poslovne ekonomije																						
NAZIV PREDMETA: Marketing neprofitnih organizacija	ŠIFRA: 5.01.05.E051																					
Nivo: Dodiplomski	Godina: III(treća) Redni broj predmeta: E051																					
Status predmeta: Izborni	Semestar: VI (šesti)																					
Ukupno radno opterećenje studenta: 150 sati	ECTS: 5																					
Cilj predmeta:	Cilj predmeta je stjecanje specifičnih teorijskih i aplikativnih znanja o cjelokupnom marketing procesu u području neprofitnih djelatnosti i neprofitnih organizacija.																					
Kompetencije/obrazovni ishodi	Studenti će nakon savladavanja ovog predmeta biti u stanju da učestvuju u determiniranju elemenata vođenja neprofitnih organizacija i kreiraju marketing plana neprofitne organizacije																					
Savladane vještine	Studenti će biti u stanju da identificiraju specifičnosti marketinga neprofitnih organizacija u odnosu na marketing kompanija, i sukladno tome organiziraju i prate marketinške efekte njihovog djelovanja u lokalnoj i široj zajednici.																					
Osnovni sadržaj predmeta	1. NEPROFITNE ORGANIZACIJE I DRUŠTVO. 2. PLANIRANJE NEPROFITNOG MARKETINGA; SPECIFIČNOSTI I METODOLOGIJA. 3. MARKETING-INFORMACIJSKI SISTEM U NEPROFITNOM MARKETINGU. 4. MARKETING-INFORMACIJSKI SISTEM. MARKETING-ISTRAŽIVANJA 5. SEGMENTIRANJE TRŽIŠTA U NEPROFITNOM MARKETINGU: KRITERIJI SEGMENTACIJE 6. MARKETING-STRATEGIJA I INSTRUMENTARIJ NEPROFITNOG MARKETINGA; 7. IZBOR CILJNOG TRŽIŠTA. 8. DEFINIRANJE MARKETING-MIXA: PROIZVOD, CIJENA, PROMOCIJA, DISTRIBUCIJA. 9. ORGANIZACIJA I KONTROLA NEPROFITNOG MARKETINGA. 10. SPECIFIČNOSTI OBLIKOVANJA I PRIMJENE STRATEGIJE MARKETINGA U NEPROFITNIM DJELATNOSTIMA.																					
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																					
1. Test 1–prvi kolokvij (prvih 50% gradiva)30 bodova	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Ocjena</th> <th>Broj bodova</th> <th>Opisna ocjena</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td align="center">5</td> <td align="center">0 – 54</td> <td align="center">Nedovoljan</td> </tr> <tr> <td align="center">6</td> <td align="center">55 – 64</td> <td align="center">Dovoljan</td> </tr> <tr> <td align="center">7</td> <td align="center">65 – 74</td> <td align="center">Zadovoljava</td> </tr> <tr> <td align="center">8</td> <td align="center">75 – 84</td> <td align="center">Dobar</td> </tr> <tr> <td align="center">9</td> <td align="center">85 – 94</td> <td align="center">Vrlo dobar</td> </tr> <tr> <td align="center">10</td> <td align="center">95 – 100</td> <td align="center">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																				
2. Test 2 - drugi kolokvij (drugih 50% gradiva).....30 bodova																						
3. Predavanje (nazočnost na predavanjima i vježbama i aktivno participiranje u nastavi)20 bodova																						
4. Vježbe (seminarski rad ili esej uz iradu ppt prezentacije).....20 bodova																						
Ukupno :.....100 bodova																						
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:

Alfirević, N.; Pavičić, J.; Najev Čačija, Lj.; Mihanović, Z.; Matković, J.: Osnove marketinga i menadžmenta neprofitnih organizacija, Školska knjiga Zagreb i Institut za inovacije, Zagreb, 2013

Dopunska:

Kotler, P., Lee, N.: Marketing u javnom sektoru, MATTE d.o.o. Zagreb, 2007

Sargeant, A.: Marketing Management for Non-profit Organizations, 3rd edition Oxford University Press, Oxford, 2009.

Pavičić, J.: Strategija marketinga neprofitnih organizacija, Masmedia, Zagreb, 2003.

Andreasen, A. R. i Kotler, P.: Strategic Marketing for Nonprofit Organizations, Pearson Prentice Hall, 2003.

Meler, M.: Neprofitni marketing, Ekonomski fakultet Osijek, 2003.