

**SVEUČILIŠTE/UNIVERZITET „VITEZ“ VITEZ**

<b>ORGANIZACIJSKA JEDINICA:</b> Fakultet poslovne ekonomije																						
<b>NAZIV PREDMETA:</b> Međunarodni marketing	<b>ŠIFRA:</b> 5.01.05.E054																					
<b>Nivo:</b> Dodiplomski	<b>Godina:</b> IV(četvrta) <b>Redni broj predmeta:</b> E054																					
<b>Status predmeta:</b> Izborni	<b>Semestar:</b> VII (sedmi)																					
<b>Ukupno radno opterećenje studenta:</b> 150 sati	<b>ECTS:</b> 5																					
<b>Cilj predmeta:</b>	Cilj predmeta je upoznavanje studenata sa osnovnim spoznajama o međunarodnom marketingu i njegovim specifičnostima u odnosu na organizaciju marketing aktivnosti na domaćem tržištu.																					
<b>Kompetencije/obrazovni ishodi</b>	Nakon uspješnog polaganja ovog predmeta studenti će steći osnovna teoretska znanja o međunarodnom marketingu i mogućnostima njegove primjene u izlasku kompanija na inozemna tržišta.																					
<b>Savladane vještine</b>	Vještine će se izražavati kroz poznavanje osnovnih elemenata međunarodnog marketing miksa i mogućnostima kreiranja različitih strategija pri nastupu na stranim tržištima																					
<b>Osnovni sadržaj predmeta</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. GLOBALIZACIJA I MEĐUNARODNI MARKETING</li> <li>2. OKVIR MEĐUNARODNOG MARKETINGA</li> <li>3. MEĐUNARODNA MARKETING ISTRAŽIVANJA</li> <li>4. EKONOMSKA, POLITIČKA I KULTURNA OKOLINA</li> <li>5. STRATEGIJE ULASKA NA STRANO TRŽIŠTE</li> <li>6. POLITIKA PROIZVODA U MEĐUNARODNOM MARKETINGU</li> <li>7. KONCEPCIJSKI OKVIRI UPRAVLJANJA CIJENOM U MEĐUNARODNOM MARKETINGU</li> <li>8. KANALI DISTRIBUCIJE U MEĐUNARODNOM MARKETINGU</li> <li>9. PROMOCIJA U MEĐUNARODNOM MARKETINGU</li> <li>10. PLANIRANJE I KONTROLA MEĐUNARODNOG MARKETINGA</li> <li>11. ORGANIZACIJA MEĐUNARODNOG MARKETINGA</li> <li>12. PRIPREMA PLANA MEĐUNARODNOG MARKETINGA</li> </ol>																					
<b>Predmeti koji su preduvjet polaganja</b>	Osnove marketinga																					
<b>Način izvođenja nastave</b>																						
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 %																					
<b>Sistem ocjenjivanja</b>																						
<b>a) Osvajanje bodova u toku i na kraju semestra</b>	<b>b) Visina ocjene prema broju osvojenih bodova</b>																					
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Test 1–prvi kolokvij (prvih 50% gradiva) .....30 bodova</li> <li>2. Test 2 - drugi kolokvij (drugih 50% gradiva).....30 bodova</li> <li>3. Predavanje (nazočnost na predavanjima i vježbama i aktivno participiranje u nastavi) .....20 bodova</li> <li>4. Vježbe (seminarski rad ili esej uz iradu ppt prezentacije).....20 bodova</li> </ol> <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																				
<b>NAPOMENA:</b> 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).																						
<b>LITERATURA:</b>																						
<b>Osnovna:</b>																						
1. Domazet, A. et.al. "MEĐUNARODNI MARKETING", drugo izdanje, Ekonomski fakultet, Sarajevo, 2002.																						
<b>Dopunska:</b>																						
2. Keegan, W.J.; Green, M.C.: "Global Marketing", 6th edition, Pearson Education, New Jersey, 2011.																						
3. Previšić, J., Došen, O.: "Međunarodni marketing", Massmedia, Zagreb, 1999.																						