

**SVEUČILIŠTE/UNIVERZITET „VITEZ“ VITEZ**

<b>ORGANIZACIJSKA JEDINICA:</b> Fakultet poslovne ekonomije																						
<b>NAZIV PREDMETA:</b> Vrednovanje marke	<b>ŠIFRA:</b> 5.01.05.E056																					
<b>Nivo:</b> Dodiplomski <b>Godina:</b> IV(četvrta)	<b>Redni broj predmeta:</b> E056																					
<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>	Studenti će kroz ovaj predmet ovladati metodama i tehnikama utvrđivanje vrijednosti marke. Studenti će znati utvrditi kako kvantitativnu tako i kvalitativno vrijednost.																					
<b>Kompetencije/obrazovni ishodi</b>	Nakon uspješnog polaganja ovog predmeta studenti će steći osnovna teoretska znanja o kvantitativnim i kvalitativnim komponentama branda (marke) i načinima njihove identifikacije.																					
<b>Savladane vještine</b>	Vještine će se izražavati kroz poznavanje komponenti branda i načinu kako izračunati vrijednost i snagu svakog branda ili marke na tržištu																					
<b>Osnovni sadržaj predmeta</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ZNAČAJ I SVRHA VREDNOVANJA MARKE</li> <li>2. TRGOVINSKI ZNAK, MARKA I VRIJEDNOST MARKE</li> <li>3. VREDNOVANJE PODUZEĆA</li> <li>4. TRGOVINSKI ZNAK U PRAVU I RAČUNOVODSTVU</li> <li>5. FINANCIJSKO VREDNOVANJE MARKE</li> <li>6. MODELI FINANCIJSKOG VREDNOVANJA</li> <li>7. METODOLOGIJA ZA FINANCIJSKO VREDNOVANJE</li> <li>8. METODE VREDNOVANJA</li> <li>9. ZNAČAJ MARKE U MODERNOM POSLOVANJU</li> <li>10. UTJECAJ MODERNIH TEHNOLOGIJA NA MARKU</li> </ol>																					
<b>Predmeti koji su preduvjet polaganja</b>																						
<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 ptt 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. Predović, D.: „Vrednovanje marke“, Mate, Zagreb, 2007.																						
<b>Dopunska:</b>																						
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																						