

SVEUČILIŠTE/UNIVERZITET „VITEZ“ VITEZ

ORGANIZACIJSKA JEDINICA: Fakultet poslovne ekonomije																							
NAZIV PREDMETA: Marketing		ŠIFRA: 5.01.05.E006																					
Nivo: Dodiplomski	Godina: I (prva)	Redni broj predmeta: E006																					
Status predmeta: Obavezan		Semestar: II (drugi)																					
Ukupno radno opterećenje studenta: 180 sati		ECTS: 6																					
Cilj predmeta:	Cilj predmeta je upoznavanje studenata sa osnovnim spoznajama o suvremenom marketingu i mogućnostima primjene tih spoznaja u nastupu poduzeća na tržištu s ciljem stvaranja dugoročne lojalnosti kupaca kao jednog od temeljnih preduvjeta tržišnog uspjeha poduzeća.																						
Kompetencije/obrazovni ishodi	Nakon uspješnog polaganja ovog predmeta studenti će steći osnovna teoretska znanja o marketingu i mogućnostima njegove primjene u stvaranju konkurentskih prednosti na tržištu.																						
Savladane vještine	Vještine će se izražavati kroz poznavanje osnovnih elemenata marketing miksa, i mogućnostima kreiranja različitih strategija za svakog od njih.																						
Osnovni sadržaj predmeta	<ol style="list-style-type: none"> 1. MARKETING – KREIRANJE VRIJEDNOSTI I ZADOVOLJSTVA KUPACA 2. MARKETING DANAS – GLOBALIZACIJA I INTERNET 3. MARKETING OKRUŽENJE 4. PROCES ODLUČIVANJA U KUPOVINI I PONAŠANJE POTROŠAČA 5. TRŽIŠNO SEGMENTIRANJE, IZBOR CILJNIH TRŽIŠTA I POZICIONIRANJE 6. STRATEGIJE PROIZVODA, USLUGA I MARKI, ŽIVOTNI CIKLUS PROIZVODA 7. FORMIRANJE I STRATEGIJE CIJENA 8. OGLAŠAVANJE, UNAPREĐENJE PRODAJE I ODNOSI S JAVNOŠĆU 9. OSOBNA PRODAJA I DIREKTNI MARKETING 10. UPRAVLJANJE MARKETING KANALIMA 11. INTEGRIRANA MARKETINŠKA KOMUNIKACIJA 12. GLOBALNI MARKETING 																						
Predmeti koji su preduvjet polaganja																							
Način izvođenja nastave																							
Način izvođenja predavanja:		Način izvođenja vježbi:																					
a) Ex katedra.....50 %	b) Diskusija.....40 %	a) Obrada slučaja – grupno.....40 %																					
c) Gost predavač.....10 %		b) Obrada slučaja – individualno.....40 %																					
		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. Test 1–prvi kolokvij (prvih 50% građiva)30 bodova 2. Test 2 - drugi kolokvij (drugih 50% građiva).....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 <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																					
<p>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).</p>																							
LITERATURA:																							
Osnovna:																							
Kotler, Ph. i dr. "OSNOVE MARKETINGA", četvrto europsko izdanje, MATE, Zagreb, 2006.																							
Dopunska:																							
Tihi, B. i dr., „MARKETING“, 3. izmjenjeno i dopunjeno izdanje, Ekonomski fakultet u Sarajevu, 2006.																							