

SVEUČILIŠTE/UNIVERZITET „VITEZ“ VITEZ

ORGANIZACIJSKA JEDINICA: Fakultet poslovne ekonomije																						
NAZIV PREDMETA: Marketing neprofitnih organizacija	ŠIFRA: 5.01.05.E051																					
PREDMETNI NASTAVNIK: doc. dr. Kemo Čamdžija	Email: kemo.camdzija@unvi.edu.ba																					
Nivo: Dodiplomski	Godina: III/IV (treća/četvrta)																					
Status predmeta: Izborni	Redni broj predmeta: E051																					
Ukupno radno opterećenje studenta: 150 sati	Semestar: VI/VII (šesti/sedmi)																					
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. MARKETING I DRUŠTVO; 2. NEPROFITNE ORGANIZACIJE; 3. PLANIRANJE NEPROFITNOG MARKETINGA; 4. MARKETING INFORMACIJSKI SISTEM U NEPROFITNOM MARKETINGU; 5. SEGMENTACIJA TRŽIŠTA U NEPROFITNOM MARKETINGU; 6. MARKETING STRATEGIJA NEPROFITNIH ORGANIZACIJA; 7. INSTRUMENTARIJ NEPROFITNOG MARKETINGA-MARKETING MIX; 8. ORGANIZACIJA NEPROFITNOG MARKETINGA; 9. KONTROLA NEPROFITNOG MARKETINGA; 10. PODRUČJA PRIMJENE NEPROFITNOG MARKETINGA.																					
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>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																				
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:																						
LITERATURA:																						
Osnovna:																						
1. Meler, M.: Neprofitni marketing , Ekonomski fakultet Osijek, 2003																						
Dopunska:																						
2. Kotler, Ph., Lee, N.: Marketing u javnom sektoru, put do bolje izvedbe , Mate, Zagreb, 2007.																						
3. Sargeant, A.: Marketing Management for Non-profit Organizations , 3rd edition Oxford University Press, Oxford, 2009.																						
4. Pavičić, J.: Strategija marketinga neprofitnih organizacija , Masmedia, Zagreb, 2003.																						
5. Andearsen, A.R., Kotler, Ph.: Strategic Marketing for Nonprofit Organizations , Prentice Hall, Upper Saddle River, 2003.																						
6. 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.																						