

SVEUČILIŠTE/UNIVERZITET „VITEZ“ VITEZ

ORGANIZACIJSKA JEDINICA: Fakultet poslovne ekonomije																						
NAZIV PREDMETA: Međunarodni marketing	ŠIFRA: 5.01.04.E054																					
PREDMETNI NASTAVNIK: prof. dr. Darijo Jerković	Email: darijo.jerkovic@unvi.edu.ba																					
Nivo: Dodiplomski	Godina: IV(četvrta)																					
Status predmeta: Izborni	Redni broj predmeta: E054																					
Ukupno radno opterećenje studenta: 150 sati	Semestar: VII (sedmi)																					
Ukupno radno opterećenje studenta: 150 sati	ECTS: 5																					
Cilj predmeta:	Cilj predmeta je upoznavanje studenata sa osnovnim spoznajama o međunarodnom marketingu i njegovim specifičnostima u odnosu na organizaciju marketing aktivnosti na domaćem tržištu.																					
Kompetencije/obrazovni ishodi	Nakon uspješnog polaganja ovog predmeta studenti će steći osnovna teoretska znanja o međunarodnom marketingu i mogućnostima njegove primjene u izlasku kompanija na inozemna tržišta.																					
Savladane vještine	Vještine će se izražavati kroz poznavanje osnovnih elemenata međunarodnog marketing miksa i mogućnostima kreiranja različitih strategija pri nastupu na stranim tržištima																					
Osnovni sadržaj predmeta	<ol style="list-style-type: none"> 1. GLOBALIZACIJA I MEĐUNARODNI MARKETING 2. OKVIR MEĐUNARODNOG MARKETINGA 3. EKONOMSKA, POLITIČKA I KULTURNA OKOLINA 4. STRATEGIJE ULASKA NA STRANO TRŽIŠTE 5. POLITIKA PROIZVODA U MEĐUNARODNOM MARKETINGU 6. KONCEPCIJSKI OKVIRI UPRAVLJANJA CIJENOM U MEĐURODNOM MARKETINGU 7. KANALI DISTRIBUCIJE U MEĐUNARODNOM MARKETINGU 8. PROMOCIJA U MEĐUNARODNOM MARKETINGU 9. PLANIRANJE I KONTROLA MEĐUNARODNOG MARKETINGA 10. ORGANIZACIJA I PLAN MEĐUNARODNOG MAREKTINGA 																					
Predmeti koji su preduvjet polaganja	Osnove marketinga																					
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:																						
Osnovna:																						
1. Kostić, M., „MEĐUNARODNI MARKETING“ Univerzitet za poslovni inženjering i menadžment, Banja Luka, 2007.																						
Dopunska:																						
2. Domazet, A. et.al. "MEĐUNARODNI MARKETING", drugo izdanje, Ekonomski fakultet, Sarajevo, 2002.																						
3. Keegan, W.J.; Green, M.C.: "Global Marketing", 6th edition, Pearson Education, New Jersey, 2011.																						