

SVEUČILIŠTE/UNIVERZITET „VITEZ“ VITEZ

ORGANIZACIJSKA JEDINICA: FAKULTET INFORMACIONIH TEHNOLOGIJA																						
NAZIV PREDMETA: Marketing	ŠIFRA: 5.01.05.I006																					
Nivo: Dodiplomski	Godina: I (prva)																					
Status predmeta: Obavezan	Redni broj predmeta: I006																					
Ukupno radno opterećenje studenta: 150 sati	ECTS: 5																					
Cilj predmeta:	Upoznati i osposobiti studente da ovladaju marketinškim konceptom poslovanja. Po tom konceptu omogućuje se uspješno poslovanje i stvara se pretpostavka da firma uspješno zadovolji potrebe kupaca uzvlastito rentabilno poslovanje.																					
Kompetencije/obrazovni ishodi	Kompetencije iz osnova marketinga odnosit će se na znanje iz marketinga i njegovu primjenu u raznim oblastima poslovanja.																					
Savladane vještine	Vještine će se manifestirati kroz znanje vezano za izradu plana marketinga po njegovim osnovnim segmentima.																					
Osnovni sadržaj predmeta	<ol style="list-style-type: none"> 1. Marketinški koncept poslovanja 2. Marketing okruženje 3. Tržište i ponašanje potrošača 4. Segmentacija tržišta i izbor ciljnog tržišta 5. Marketing mix 6. Asortiman ponude 7. Politika cijena 8. Promocija 9. Kanali distribucije 10. Globalni marketing 																					
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																					
<ol style="list-style-type: none"> 1. Test 1–prvi kolokvij (prvih 50% gradiva)30 bodova 2. Test 2 - drugi kolokvij (drugih 50% gradiva).....30 bodova 3. Predavanje – prisustvo.....10 bodova 4. Predavanje – aktivno učešće.....5 bodova 5. Vježbe – prisustvo.....5 bodova 6. Vježbe – zadaća uz ppt prezentaciju.....20 bodova (seminarski rad, esej ili case study) <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																				
NAPOMENA: Student ima pravo na popravni iz točki: 1, 2 i 6 ukoliko je nezadovoljan sa osvojenim bodovima ili nije u određenom terminu pristupio testu ili nije predao rad po točki 6.																						
Literatura:																						
<ol style="list-style-type: none"> 1. Tihi B. i dr. „Marketing“, III. izdanje, Ekonomski fakultet Sarajevo, 2006. god., ili 2. P. Kotler i dr., „Osnove marketinga“, prevod „Mate“ Zagreb, 2006. god. ili 3. Milisavljević dr Momčilo i dr. „Osnovi marketinga“ Ekonomski fakultet Beograd, 2007. god. 																						