

SYLLABUS

1. Puni naziv nastavnog predmeta:

MARKETING KOMUNICIRANJE

2. Skraćeni naziv nastavnog predmeta / šifra:

ne popunjavati

3. Ciklus studija:

1

4. Bodovna vrijednost ECTS:

7

5. Status nastavnog predmeta: Obavezni Izborni**6. Preduslovi za polaganje nastavnog predmeta:**

nema

7. Ograničenja pristupa:

nema

8. Trajanje / semestar:

1

7

9. Sedmični broj kontakt sati:

9.1. Predavanja:

4

9.2. Auditorne vježbe:

1

9.3. Laboratorijske / praktične vježbe:

0

10. Fakultet:

Ekonomski

11. Odsjek / Studijski program:

Ekonomija

12. Odgovorni nastavnik:

Dr. sc. Ermina Smajlović, vanr. prof

13. E-mail nastavnika:

ermina.mustafic@untz.ba

14. Web stranica:

www.ef.untz.ba

15. Ciljevi nastavnog predmeta:

Upoznavanje studenata sa osnovnim aspektima integrisanih marketing komunikacija.

16. Ishodi učenja:

Razviti sposobnost studenata da razumiju značaj primjene integrisanih marketing komunikacija

17. Indikativni sadržaj nastavnog predmeta:

- Nastanak i razvoj koncepta integrisanih marketing komunikacija
- Novi pristup marketing komuniciranju
- Procesiranje informacija i koncept integrisanih marketing komunikacija
- Lična prodaja kao integralni i integrišući element integrisanih marketing komunikacija
- Vještina komuniciranja u prodaji
- Prodajni pregovori
- Oglašavanje kao integralni element integrisanih marketing komunikacija
- Unaprjeđenje prodaje
- Odnosi s javnošću
- Publicitet
- Mediji: sredstva za prenošenje poruka
- Direktni marketing, sponzorstvo, event-i i viral-marketing

18. Metode učenja:

Predavanja, vježbe (A), seminarski radovi i konsultacije.

Predavanja se organizuju po strukturi kao ex katedra (75%) i diskusije (25%). Predavanja se izvode po nastavnom programu opisanom u sadržaju kursa. Obaveza studenata je prisustvo predavanjima.

Vježbe se održavaju u grupama. Obaveza studenata je prisustvo vježbama.

Dozvoljena su tri izostanaka sa predavanja i vježbi, ukupno.

Konsultacije su organizovane u dva termina sedmično i to je fakultativna ponuda studentima.

19. Objašnjenje o provjeri znanja:

Pismeno ispitivanje

Usmeno ispitivanje

Individualni rad studenta (seminarski radovi, domaće zadaće, aktivnost na predavanjima i vježbama)

20. Težinski faktor provjere:

Obaveze studenata	Bodovi
Tri testa	(15+15+20=50)
Seminarski radovi	10
Aktivnosti-dolasci na predavanja i vježbe	5
Domaća zadaća	5
Ukupno predispitne obaveze	70
Završni test	30

21. Osnovna literatura:

1. Ognjanov G, Integrisane marketing komunikacije, CID Ef. Beograd, Čugura Print, Beograd, 2009.
2. Brkić N, Upravljanje marketing komuniciranjem, Ef. Sarajevo, Sarajevo, 2003.
3. Kesić T, Marketinška komunikacija, Mate, Zagreb, 1997.

22. Internet web reference:

--

23. U primjeni od akademske godine:

2016/2017

24. Usvojen na sjednici NNV/UNV:

24.02.2016.
