

SYLLABUS

1. Puni naziv nastavnog predmeta:

UVOD U TRŽIŠNO POSLOVANJE

2. Skraćeni naziv nastavnog predmeta / šifra:

ne popunjavati

3. Ciklus studija:

1

4. Bodovna vrijednost ECTS:

2

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

nema

7. Ograničenja pristupa:

nema

8. Trajanje / semestar:

1

1

9. Sedmični broj kontakt sati:

9.1. Predavanja:

2

9.2. Auditorne vježbe:

0

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:

Sticanje osnovnih teorijskih znanja o tržišnom poslovanju i upoznavanje studenata sa savremenim formama poslovanja u uslovima tržišnog okruženja.

16. Ishodi učenja:

Razviti sposobnost studenata da razumiju tržišno poslovanje i savremene forme zposlovanja u uslovima tržišnog okruženja.

17. Indikativni sadržaj nastavnog predmeta:

1. Priroda i sistemi poslovanja
2. Potrebe i tržište kao preduslov poslovanja
3. Određenje i obilježja tržišnog poslovanja
4. Razvoj i ciljevi tržišnog poslovanja
5. Društveni značaj tržišnog poslovanja
6. Funkcionisanje tržišnog mehanizma
7. Interakcija društvenog razvoja i poslovanja
8. Učesnici u tržišnom poslovanju
9. Kupac kao fokusna tačka tržišnog poslovanja
10. Analiza tržišta i okruženja
11. Ključni elementi uspješnog poslovanja (4P)
12. Izazovi globalnog poslovanja

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.

Dozvoljena su tri izostanaka sa predavanja ukupno.

Konsultacije su organizovane u dva termina sedmično u skladu s važećim aktima Univerziteta u Tuzli i to je fakultativna ponuda studentima.

19. Objašnjenje o provjeri znanja:

Provjera znanja studenta će se vršiti u skladu s Pravilima studiranja na I ciklusu studija, Pravilima o načinu polaganja ispita i ocjenjivanja studenata, Statutom Univerziteta u Tuzli i drugim relevantnim pravnim aktima.

Provjera znanja se ostvaruje kroz predispitne aktivnosti koje obuhvataju 2 testa (rade se u toku semestra), izradu individualnog - seminarskog rada studenta te završni ispit koji se ostvaruje pismeno ili usmeno.

Prva predispitna provjera znanja obuhvata tematska područja od 1 do 6, druga predispitna obaveza obuhvata tematska područja od 6 do 10, dok završni dio ispita obuhvata tematska područja od 11 do 12.

Na popravni ispitima (i ostalim ispitnim terminima) studenti imaju mogućnost da rade sve ispitne aktivnosti, tj. da polažu testove (iz okvira predispitnih obaveza) i da rade završni ispit. Završni dio ispita (na koji studenti nisu obavezni izaći) ne obuhvata nastavno gradivo koje je obuhvaćeno predispitnim obavezama.

20. Težinski faktor provjere:

Obaveze studenata	Bodovi
2 testa	(30+30=60)
Individualni rad studenta (seminarski rad)	10
Ukupno predispitne obaveze	70
Završni test	30

Konačna ocjena se izvodi kao kumulativ ostvarenih bodova po različitim aktivnostima studena. Ocjena studenta se formira spram odredbe Zakona o visokom obrazovanju TK, član 107.

21. Osnovna literatura:

1. Domazet A., Babović-Hodović V., Kurtović E., Osnovi marketinga
2. Kotler P., Keller K.L., Marketing menadžment, Data status, Beograd, 2006.

22. Internet web reference:**23. U primjeni od akademske godine:**

2023/24

24. Usvojen na sjednici NNV/UNV:

26.09.2023.