

## SYLLABUS

**1. Puni naziv nastavnog predmeta:**

MARKETING

**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

4

**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 Mustafić, red. prof

**13. E-mail nastavnika:**

ermina.mustafic@untz.ba

**14. Web stranica:**

www.ef.untz.ba

**15. Ciljevi nastavnog predmeta:**

Steći osnovna znanja iz marketinga kao vodećeg koncepta poslovanja u tržišnim ekonomijama.

**16. Ishodi učenja:**

Razviti sposobnost studenata da razumiju značaj marketinga za uspješno poslovanje.

**17. Indikativni sadržaj nastavnog predmeta:**

1. Marketing-kreiranje vrijednosti za kupce
2. Strateško planiranje i marketing proces
3. Etika i društvena odgovornost
4. Marketing okruženje
5. Istraživanje marketinga i MIS
6. Globalni marketing
7. Ponašanje potrošača i odlučivanje u kupovini
8. Poslovna tržišta i ponašanje poslovnih kupaca
9. Tržišno segmentiranje, izbor ciljnog tržišta i pozicioniranje
10. Proizvod kao element marketing miksa
11. Formiranje i strategije cijena
12. Marketing kanali distribucije
13. Integrisano marketing komuniciranje
14. Marketing i društveni mediji
15. Marketing u uslužnom i neprofitnom sektoru

**18. Metode učenja:**

Predavanja, vježbe (A), individualni 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 skladu sa važećim aktima Univerziteta u Tuzli.

**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), individualni rad studenta u toku semestra i završni ispit koji se ostvaruje pismeno ili usmeno. Prvi test obuhvata nastavne gradivo od 1 do 4, drugi test obuhvata nastavne gradivo od 5 do 9, završni dio ispita (na koji studenti nisu obavezni izaći) obuhvata nastavno gradivo koje nije obuhvaćeno predispitnim obavezama od 10 do 15.

Na popravnim ispitima (i ostalim ispitnim terminima) studenti imaju mogućnost da polažu testove (iz okvira predispitnih obaveza) i da rade završni ispit.

Za svaki od predviđenih metoda provjere znanja student dobiva određen broj bodova i ukupna ocjena se izvodi kao kumulativ ostvarenih bodova po različitim aktivnostima studenata i to ocjena 6 (54-63); ocjena 7 (64-73); ocjena 8 (74-83); ocjena 9 (84-93) i ocjena 10 (94-100).

**20. Težinski faktor provjere:**

Obaveze studenata	Bodovi
Dva testa	(25+25=50)
Individualni rad studenta	20
Ukupno predispitne obaveze	70
Završni test/usmeni	30

**21. Osnovna literatura:**

1. Lamb C.W, Hair J.F, McDaniel C.M, Marketing, Data Status, Beograd, 2013.
2. Boris T. i dr., Marketing, Ekonomski fakultet u Sarajevu, Sarajevo, 2006.
4. Kotler P., Keller K., Upravljanje marketingom, MATE, Zagreb, 2007.

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

2023/2024

**24. Usvojen na sjednici NNV/UNV:**

26.09.2023.