

## 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 integriranih marketing komunikacija.

**16. Ishodi učenja:**

Razviti sposobnost studenata da razumiju značaj primjene integriranih marketing komunikacija

**17. Indikativni sadržaj nastavnog predmeta:**

- Nastanak i razvoj koncepta integriranih marketing komunikacija
- Novi pristup marketing komuniciranju
- Procesiranje informacija i koncept integriranih marketing komunikacija
- Lična prodaja kao integralni i integrišući element integriranih marketing komunikacija
- Vještina komuniciranja u prodaji
- Prodajni pregovori
- Oglašavanje kao integralni element integriranih 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), individualni rad studenta 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 aktima Univerziteta u Tuzli.

**19. Objašnjenje o provjeri znanja:**

Pismeno ispitivanje

Usmeno ispitivanje

Individualni rad studenta pod nadzorom nastavnika (seminarski radovi, domaće zadaće, studije slučaja iz prakse, aktivnost na predavanjima i vježbama)

**20. Težinski faktor provjere:**

Obaveze studenata	Bodovi
Dva testa	(25+25=50)
Individualni rad studenta	20
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:****24. Usvojen na sjednici NNV/UNV:**