

SYLLABUS

1. Puni naziv nastavnog predmeta:

OSNOVI MARKETINGA

2. Skraćeni naziv nastavnog predmeta / šifra:**3. Ciklus studija:****4. Bodovna vrijednost ECTS:****5. Status nastavnog predmeta:** Obavezni Izborni**6. Preduslovi za polaganje nastavnog predmeta:**

Nema

7. Ograničenja pristupa:

Nema

8. Trajanje / semestar:**9. Sedmični broj kontakt sati:**

9.1. Predavanja:

9.2. Auditorne vježbe:

9.3. Laboratorijske / praktične vježbe:

10. Fakultet:

EKONOMSKI FAKULTET

11. Odsjek / Studijski program:

POSLOVNA 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:

Usvajanje teorijskih i praktičnih znanja iz domena razumijevanja marketinga i marketing procesa, razvoja marketinških mogućnosti i strategija, oblikovanja marketing miksa, te konkurentskih, globalnih i društvenih aspekata marketinga.

16. Ishodi učenja:

Razviti sposobnost studenata da razumiju značaj primjene marketinga u poslovanju.

17. Indikativni sadržaj nastavnog predmeta:

1. Uvod u marketing (filozofije marketing menadžmenta)
2. Strateško planiranje i marketing proces;
3. Marketing okruženje;
4. Istraživanje marketinga i MIS;
5. Ponašanje potrošača i odlučivanje u kupovini;
6. Tržišno segmentiranje, izbor ciljnog tržišta i pozicioniranje;
7. Poslovni marketing
8. Proizvod kao element marketing miksa;
9. Formiranje i strategije cijena;
10. Marketing kanali distribucije;
11. Strategija marketing komuniciranja;
12. Instrumenti marketing komunikacije
13. Konkurentski i globalni aspekti marketinga;
14. Etika i društvena odgovornost u marketingu.

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:

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 8, završni dio ispita (na koji studenti nisu obavezni izaći) obuhvata nastavno gradivo koje nije obuhvaćeno predispitnim obavezama od 9 do 14.

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

20. Težinski faktor provjere:

Obaveze studenata	Bodovi
Dva testa	(25+25=50)
Seminarski radovi	15
Aktivnosti-dolasci na predavanja i vježbe	5
Ukupno predispitne obaveze	70
Završni test/ usmeni	30

Ocjena se formira spram odrebe Zakona o visokom obrazovanju TK, član 107.

21. Osnovna literatura:

1. Lamb C.W. Hair J.F. McDaniel C: Marketing, DATASTATUS, Beograd, 2013
2. Klopić R., Marketing-mogućnosti etičke primjene, OFF-SET, Tuzla, 2010.

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

2023/ 2024

24. Usvojen na sjednici NNV/UNV:

26.09.2023.