

## SYLLABUS

**1. Puni naziv nastavnog predmeta:**

OSNOVI MEĐUNARODNOG MARKETINGA

**2. Skraćeni naziv nastavnog predmeta / šifra:****3. Ciklus studija:**

1

**4. Bodovna vrijednost ECTS:**

3

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

Nema

**7. Ograničenja pristupa:**

Nema

**8. Trajanje / semestar:**

1

3

**9. Sedmični broj kontakt sati:**

9.1. Predavanja:

2

9.2. Auditorne vježbe:

1

9.3. Laboratorijske / praktične vježbe:

0

**10. Fakultet:**

EKONOMSKI FAKULTET

**11. Odsjek / Studijski program:**

POSLOVNA EKONOMIJA

**12. Odgovorni nastavnik:**

Dr. sc. Beriz Čivić, red. prof.

**13. E-mail nastavnika:**

beriz.civic@untz.ba

**14. Web stranica:**

www.ef.untz.ba

**15. Ciljevi nastavnog predmeta:**

Sticanje znanja studenata o teorijskim I metodološkim postavkama međunarodnog marketinga I upoznavanje studenata sa međunarodnom marketing praksom.

**16. Ishodi učenja:**

Razviti sposobnost studenata da razumiju specifičnosti međunarodne poslovne prakse.

**17. Indikativni sadržaj nastavnog predmeta:**

1. Globalizacija i međunarodni marketing;
2. Međunarodno marketing okruženje;
3. Politika proizvoda u međunarodnom marketingu;
4. Politika cijena, uslova prodaje i plaćanja u međunarodnom marketingu;
5. Politika promocije u međunarodnom marketingu;
6. Politika distribucije u međunarodnom marketingu;
7. Međunarodna marketing istraživanja;
8. Izvoz proizvoda i usluga
9. Licenciranje i frenčajzing kao kooperativne strategijske varijante ulaska na inostrano tržište;
10. Ostale kooperativne strategijske varijante ulaska na inostrano tržište.

**18. Metode učenja:**

Predavanja, vježbe (A) 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 silabusom koji predmetni nastavnik treba obezbijediti na početku svake akademske godine.

Provjera znanja studenata vrši se pismenim putem, kroz tri testa. Prva dva testa se organizuju u toku nastave, dok se posljednji, treći test organizuje u terminima predviđenim za završne ispite.

Prva predispitna provjera znanja uključuje tematske cjeline od 1. do 4. druga predispitna obaveza obuhvata tematska područja od 5 do 7., dok završni (treći) test obuhvata tematska područja od 8 do 10.

**20. Težinski faktor provjere:**

Obaveze studenata	Bodovi
Dva testa	(35+35=70)
Ukupno predispitne obaveze	70
Završni test	30

Za svaki od predviđenih metoda provjere znanja student dobiva određen broj bodova i ukupna ocjena se izvodi kao kumulativ ostvarenih bodova po pojedinim aktivnostima. Ocjena se formira spram odrebe Zakona o visokom obrazovanju TK, član 107.

**21. Osnovna literatura:**

1. Domazet A., Jović M., Rakita B., Sinanagić M., Međunarodni marketing, Ekonomski fakultet Sarajevo, Sarajevo, 2002.
2. Previšić J., Ozretić-Došen Đ., Međunarodni marketing, Masmedia, Zagreb, 1999.
3. Sinanagić M., Kako komunicirati u međunarodnom marketing, Gama-X, Brčko, 2008.
4. Sinanagić M., Osnovi međunarodnog marketinga, Printcom, Tuzla, 1998.
5. Sinanagić M., Strategijske varijante ulaska na inostrano tržište, Gama-X, Brčko, 2008.

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

2023/24

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

26.09.2023.