

SYLLABUS

1. Puni naziv nastavnog predmeta:

OSNOVI MARKETINGA

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

1

4. Bodovna vrijednost ECTS:

6

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:

3

9.2. Auditorne vježbe:

2

9.3. Laboratorijske / praktične vježbe:

0

10. Fakultet:

EKONOMSKI FAKULTET

11. Odsjek / Studijski program:

POSLOVNA 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:

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:**17. Indikativni sadržaj nastavnog predmeta:**

- Marketing-kreiranje vrijednosti za kupce;
- Strateško planiranje i marketing proces;
- Marketing okruženje;
- Istraživanje marketinga i MIS;
- Ponašanje potrošača i odlučivanje u kupovini;
- Tržišno segmentiranje, izbor ciljnog tržišta i pozicioniranje;
- Proizvod kao element marketing miksa;
- Formiranje i strategije cijena;
- Marketing kanali distribucije;
- Strategija marketing komuniciranja;
- Konkurentski i globalni aspekti marketinga;
- Etika i društvena odgovornost u marketingu.

18. Metode učenja:

Predavanja, vježbe (A), seminarski radovi i konsultacije.

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.

20. Težinski faktor provjere:**21. Osnovna literatura:**

1. Grupa autora (red.): Marketing, Ekonomski fakultet u Sarajevu, Sarajevo, 2012.
2. Klopić R., Marketing-mogućnosti etičke primjene, OFF-SET, Tuzla, 2010.

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

2017/2018

24. Usvojen na sjednici NNV/UNV:

24.04.2017.