

## 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. Mustafa Sinanagić, red. prof.

**13. E-mail nastavnika:**

mustafa.sinanagic@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:**

- Globalizacija i međunarodni marketing;
- Međunarodno marketing okruženje;
- Politika proizvoda u međunarodnom marketingu;
- Politika cijena, uslova prodaje i plaćanja u međunarodnom marketingu;
- Politika promocije u međunarodnom marketingu;
- Politika distribucije u međunarodnom marketingu;
- Međunarodna marketing istraživanja;
- Izvoz proizvoda i usluga
- Licenciranje i frenčajzing kao kooperativne strategijske varijante ulaska na inostrano tržište;
- Ostale kooperativne strategijske varijante ulaska na inostrano tržište.

**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 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.

**20. Težinski faktor provjere:**

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

**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:**

2017/2018

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

24.04.2017.