

## SYLLABUS

**1. Puni naziv nastavnog predmeta:**

STRATEŠKO UPRAVLJANJE MARKOM

**2. Skraćeni naziv nastavnog predmeta / šifra:**

ne popunjavati

**3. Ciklus studija:**

2

**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

1

**9. Sedmični broj kontakt sati:**

9.1. Predavanja:

3

9.2. Auditorne vježbe:

0

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:**

Steći znanja o brend menadžmentu u savremenim tržišnim uslovima.

**16. Ishodi učenja:**

Razviti sposobnost studenata da razumiju proces strateškog upravljanja markom.

**17. Indikativni sadržaj nastavnog predmeta:**

- Pojam marke i upravljanje markom
- Veze između savremenog potrošača i marke
- Kreiranje osnovnih vrijednosti marke i strategija pozicioniranja
- Interna implementacija upravljanja markom
- Eksterna implementacija upravljanja markom
- Mjerenje vrijednosti marke
- Specifični aspekti upravljanja markom

**18. Metode učenja:**

Predavanja, 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.

Dozvoljena su tri izostanaka sa predavanja ukupno.

Konsultacije su organizovane u skladu s važećim aktima Univerziteta.

**19. Objašnjenje o provjeri znanja:**

Pismeno ispitivanje

Usmeno ispitivanje

Individualni rad studenta (seminarski radovi, domaće zadaće, aktivnost na predavanjima)

**20. Težinski faktor provjere:**

Obaveze studenata	Bodovi
Dva testa	(15+15=30)
Seminarski radovi	(20)
Ukupno predispitne obaveze	50
Završni	50

**21. Osnovna literatura:**

1. Veljković S, Brend menadžment u savremenim tržišnim uslovima, CID, Bg., 2010.
2. Wreden N, Profitabilno brendiranje, V.B.Z. Zg., 2010.
3. Vranešević T., Upravljanje markama, Accent, Zg., 2007.
4. Predovic D., Vrednovanje marke, Mate, Zg., 2007.

**22. Internet web reference:****23. U primjeni od akademske godine:****24. Usvojen na sjednici NNV/UNV:**