

## SYLLABUS

### 1. Puni naziv nastavnog predmeta:

Strateški marketing

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

### 3. Ciklus studija:

2

### 4. Bodovna vrijednost ECTS:

6

### 5. Status nastavnog predmeta:

Obavezni

### 6. Preduslovi za polaganje nastavnog predmeta:

nema

### 7. Ograničenja pristupa:

nema

### 8. Trajanje / semest(a)r(i):

1

1

### 9. Sedmični broj kontakt sati i ukupno studentsko radno opterećenje na predmetu:

	Semestar (1)	Semestar (2)	(za dvosemestralne predmete)	Opterećenje: (u satima)
9.1. Predavanja	3			Nastava: 33,75
9.2. Auditorne vježbe	0			Individualni rad: 127
9.3. Laboratorijske / praktične vježbe	0			Ukupno: 160,7

### 10. Fakultet:

Ekonomski fakultet

### 11. Odsjek / Studijski program :

Ekonomija

### 12. Nosilac nastavnog programa:

Dr.sc. Beriz Čivić, red. prof.

### 13. Ciljevi nastavnog predmeta:

Osnovni cilj predmeta je naučiti studente kako da, u uslovima savremenog tržišnog privređivanja efektivno i na fer način ostvaruju misiju, ciljeve i strategije preduzeća. To znači da će studenti naučiti, kako teorijske, tako i aplikativne aspekte strateškog marketinga. Fokus je na planiranju, implementaciji i evaluaciji strategija marketinga u funkciji

stvaranja i poboljšanja tržišne konkurentnosti preduzeća.

#### 14. Ishodi učenja:

Omogućiti da student zna:

- proces strateškog planiranja u marketingu,
- sadržaj marketinških odluka,
- pretpostavke za uspješno odlučivanje u marketingu,
- vrste i sadržaj marketinških strategija,
- mogućnost i način primjene pojedinih strategija u zavisnosti od tržišnih stanja,
- proces implementacije strategije marketinga,
- način kontrole i ocjene uspješnosti strategija marketinga.

#### 15. Indikativni sadržaj nastavnog predmeta:

1. Teorijsko-metodološki koncept strateškog marketinga
2. Sistematizacija i obilježja strategija marketinga i pretpostavki za postizanje i održavanje tržišne konkurentnosti
3. Strateški plan marketinga
4. Strateške marketinške odluke
5. Identifikovanje tržišnih mogućnosti
6. Razvoj i oblikovanje marketinške strategije
7. Strategije tržišnog nastupa
8. Strategije konkurentske dinamike
9. Instrumenti strateške analize tržišta
10. Implementacija strategija marketinga
11. Evaluacija strategija marketinga

#### 16. Metode učenja:

- predavanja
  - individualni i timski rad sa studentima (pisanje i odbrana case study; izrada i odbrana strateškog marketinškog plana)
  - konsultacije
- Jedna polovina predavanja je posvećena diskusiji sa studentima kroz obrađivanje primjera iz prakse. Konsultacije se organizuju u skladu sa važećim pravnim aktima. Studenti koriste konsultacije sa ciljem dodatnog pojašnjavanja nastavnog sadržaja.

#### 17. Objašnjenje o provjeri znanja:

Provjera znanja se ostvaruje kroz predispitne aktivnosti koje obuhvataju 1 test (radi se u toku semestra) i završni ispit koji obuhvata prezentaciju i odbranu case study i strateškog marketinškog plana (usmeno ispitivanje i diskusija).

Prva predispitna provjera znanja obuhvata tematska područja od 1 do 11. dok završni dio ispita obuhvata prezentaciju i odbranu case study i strateškog marketinškog plana (usmeno ispitivanje i diskusija).

Na popravni ispitima (i ostalim ispitnim terminima) studenti imaju mogućnost da rade sve ispitne aktivnosti, tj. da polažu testove (iz okvira predispitnih obaveza) i da rade završni ispit. Završni dio ispita (na koji studenti nisu obavezni izaći) ne obuhvata nastavno gradivo koje je obuhvaćeno predispitnim obavezama.

#### 18. Težinski faktor provjere:

Struktura ocjenjivanja:

1. Predispitne obaveze (max 50 bodova):
  - test 1 (max 50 bodova)
2. Završni ispit (max 50 bodova):
  - prezentacija i odbrana case study (max 25 bodova)
  - prezentacija i odbrana strateškog marketinškog plana (max 25 bodova)

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

#### 19. Obavezna literatura:

Renko N., (2009), Strategije marketinga, Naklada Ljevak, Zagreb  
Milisavljević M., (2010), Strategijski marketing, Ekonomski fakultet, Beograd  
Chernev A., (2019), Strategic Marketing Management, Cerebellum Press; 10th Ed, USA.

#### 20. Dopunska literatura:

---

---

**21. Internet web reference:**

---

**22. U primjeni od akademske godine:**

---

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