

SYLLABUS

1. Puni naziv nastavnog predmeta:

POSLOVNI MARKETING

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 2**9. Sedmični broj kontakt sati:**

9.1. Predavanja:

2

9.2. Auditorne vježbe:

2

9.3. Laboratorijske / praktične vježbe:

0

10. Fakultet:

Ekonomski

11. Odsjek / Studijski program:

Poslovna ekonomija

12. Odgovorni nastavnik:

Dr. sc. Alma Muratović, docent

13. E-mail nastavnika:

alma.kamaric@untz.ba

14. Web stranica:

www.ef.untz.ba

15. Ciljevi nastavnog predmeta:

Steći napredna znanja iz poslovnog marketinga kao vodećeg koncepta poslovanja u tržišnim ekonomijama.

16. Ishodi učenja:

Razviti sposobnost studenata da razumiju značaj marketinga za uspješno poslovanje.

17. Indikativni sadržaj nastavnog predmeta:

- Strateško planiranje i marketing proces
- Marketing okruženje
- Istraživanje marketinga i MIS
- Ponašanje potrošača i odlučivanje u kupovini
- Poslovna tržišta i ponašanje poslovnih kupaca
- Tržišno segmentiranje, izbor ciljnog tržišta i pozicioniranje
- Razvijanje strategije marketinga
- Konkurentski, globalni i društveni aspekti marketinga

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:

Pismeno ispitivanje

Usmeno ispitivanje

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

20. Težinski faktor provjere:

| Obaveze studenata | Bodovi |
|----------------------------|---------------|
| Tri testa | (15+15+20=50) |
| Seminarski radovi | 15 |
| Domaća zadaća | 5 |
| Ukupno predispitne obaveze | 70 |
| Završni | 30 |

21. Osnovna literatura:

1. Kotler P., Keller K., Marketing menadžment, Data status, Beograd, 2006.
2. Lamb C.W, Hair J.F, McDaniel C.M, Marketing, Data Status, Beograd, 2013.
3. Boris T. i dr., Marketing, Ekonomski fakultet u Sarajevu, Sarajevo, 2006.

22. Internet web reference:

| |
|--|
| |
|--|

23. U primjeni od akademske godine:

| |
|-----------|
| 2019/2020 |
|-----------|

24. Usvojen na sjednici NNV/UNV:

| |
|-------------|
| 30.09.2019. |
|-------------|