

SYLLABUS

1. Puni naziv nastavnog predmeta:

TRŽIŠNO KOMUNICIRANJE

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:

1

9.3. Laboratorijske / praktične vježbe:

0

10. Fakultet:

Ekonomski

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:

Upoznavanje studenata sa aspektima tržišnog komuniciranja.

16. Ishodi učenja:

Razviti sposobnost studenata da razumiju značaj primjene tržišnog komuniciranja.

17. Indikativni sadržaj nastavnog predmeta:

- Savremeni pristup tržišnom komuniciranju
- Razvijanje efikasne komunikacije
- Upravljanje instrumentima tržišne komunikacije
- Tradicionalni i savremeni mediji kao sredstva za prenošenje poruka
- Kontrola efikasnosti komuniciranja

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 skladu s važećim aktima Univerziteta.

19. Objašnjenje o provjeri znanja:

Pismeno ispitivanje

Usmeno ispitivanje

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

20. Težinski faktor provjere:

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

21. Osnovna literatura:

1. Ognjanov G, Integrisane marketing komunikacije, CiD., Bg., 2009.
2. Brkić N, Upravljanje marketing komuniciranjem, Ef., Sarajevo, 2003.
3. Kesić T, Marketinška komunikacija, Mate, Zagreb, 1997.

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

2019/2020

24. Usvojen na sjednici NNV/UNV:

30.09.2019.