

OPĆE INFORMACIJE				
Naziv predmeta	MARKETING			
Studijski program	Preddiplomski stručni studij Trgovine			
Status predmeta (O/I)	Obvezni			
Semestar	II.			
Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave	ECTS koeficijent opterećenja studenata	6		
	Broj sati nastave (P+V+S)	30 + 30 + 0		
	Vrijeme i mjesto izvođenja nastave	III. semestar, prema rasporedu		
	Jezik na kojemu se izvodi kolegij	hrvatski		
Nositelj predmeta	Kabinet	Vrijeme konzultacija	e-mail	
dr. sc. Mira Majstorović, pred.	104	Srijeda 10 do 11 sati	mmajstorovic@vevu.hr	
Suradnici na predmetu	Kabinet	Vrijeme konzultacija	e-mail	
OPIS PREDMETA				
Ciljevi predmeta				
Cilj predmeta je omogućiti studentima znanja i vještine koje su potrebne za praktičnu primjenu marketinških aktivnosti u gospodarskim i izvan gospodarskim djelatnostima.				
Uvjeti za upis predmeta				
Nema uvjeta za upis predmeta.				
Očekivani ishodi učenja za predmet				
<p>Nakon uspješno završenog kolegija studenti će moći:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ustanoviti ključne pojmove, ulogu i značaj marketinga 2. Razlikovati elemente holističkog marketinga 3. Usporediti primjenu najvažnijih marketinških modela 4. Preporučiti marketing miks 6. Kreirati marketinški plan 7. Iskazati kolegijalnost i odgovornost tijekom suradnje u timskom i individualnom radu 				
Sadržaj predmeta				
<ol style="list-style-type: none"> 1. Uvodno predavanje 2. Pojam i definicija marketinga 3. Razvijanje marketinških strategija i planova 4. Marketing okruženje 5. Analiza kupaca i segmentacija, analiza konkurencije 6. Marketing proces 7. Marketing miks 8. Proizvod 9. Prodaja i distribucija 10. Cijena 11. Promocija 12. Holistički pristup marketingu 13. Upravljanje masovnim komunikacijama 14. Upravljanje osobnim komunikacijama 				
Vrste izvođenja nastave	x	predavanja		terenska nastava
	x	vježbe	x	samostalni zadaci
		seminari i radionice	x	mentorski rad
	x	obrazovanje na daljinu	x	praktični rad

	x	multimedija i mreža	x	konzultacije
		laboratorij		ostalo _____
Način vrednovanja i ocjenjivanja				
Oblici praćenja i provjeravanja		usmeno		pismeno
			x	usmeno i pismeno
Elementi praćenja i provjeravanja	opterećenje u ECTS		udio (%) u ocjeni	
Opcija A				
Pohađanje nastave	2		10	
Kolokvij 1	1,5		30	
Kolokvij 2	1,5		30	
Praktični rad	1		30	
Ukupno	6		100	
Opcija B				
Pohađanje nastave	2		10	
Pristupni rad	2		30	
Završni ispit (pismeni i/ili usmeni)	2		60	
Ukupno	6		100	
Način oblikovanja konačne ocjene				
Pohađanje nastave				
Sukladno Pravilniku o ocjenjivanju obvezna nazočnost na predavanjima za redovne studente je min. 70%. Pohađanjem nastave student ostvaruje maksimalno 10 bodova.				
Kolokvij (završni ispit)				
Svi studenti (redovni i izvanredni) mogu birati između dvije opcije za polaganje ispita koje su pojašnjeni u nastavku:				
<u>Opcija A. Polaganje ispita putem kolokvija</u>				
Da bi ostvarili pravo polaganja ispita putem kolokvija, od studenta se očekuje da:				
<ul style="list-style-type: none"> • prisustvuje na nastavi (predavanje i vježbe) • aktivno sudjeluje na nastavi (rješava studije slučaja, vježbe i kratke zadaće), te • izradi i prezentira timski marketinški plan 				
<u>Opcija B. Izlazak na redovni ispitni rok</u>				
Ako se student ne odluči aktivno zalagati na nastavi i izrađivati marketinški plan ili nije položio oba kolokvija, izlazi na redovni ispitni rok. Uvjet za izlazak na redovni ispitni rok je prisustvovanje na nastavi (predavanje i vježbe) i izrada pristupnog rada. Tema pristupnog rada prethodno se dogovara s predavačem, a rad se predaje najmanje tjedan dana prije ispitnog roka.				
Postotak riješenosti kolokvija i ispita iznosi:				
od 90 do 100 bodova - ocjena 5 (izvrstan)				
od 80 do 89,9 bodova - ocjena 4 (vrlo dobar)				
od 65 do 79,9 bodova - ocjena 3 (dobar)				
od 50 do 64,9 bodova - ocjena 2 (dovoljan)				
Ostale informacije relevantne za praćenje rada studenata, vrednovanje i ocjenjivanje				
Redoviti student ostvaruje pravo na potpis i pravo izlaska na ispit ako ispunjava uvjet dolaznosti na nastavu od najmanje 70% održanih nastavnih sati. Preporučeno je da studenti aktivno sudjeluju u nastavi što podrazumijeva sudjelovanje u raspravama, rješavanje studija slučajeva, izradu projektnog zadatka i sl.				
Izvanredni studenti u odvojenim grupama od redovnih studenata pohađaju predavanja i vježbe u fondu od 30% satnice redovnih studenata i pišu samo jedan kolokvij po odslušanom kolegiju.				
Obvezna literatura				
1. Kotler P., Keller K. L.: Upravljanje marketingom, Mate d.o.o., Zagreb, 2008.				
2. Meler, M.: Marketing, Ekonomski fakultet u Osijeku, Osijek, 2005.				

Dopunska literatura

1. Kotler, P.: Marketinška znanja od A do Z, Binoza press, Zagreb, 2004.
2. Kotler, P.: Upravljanje marketingom, Mate d.o.o., Zagreb, 2007. (izabrana poglavlja)

Načini praćenja kvalitete

Izvedba predmeta prati se putem anonimne studentske ankete (vrednovanje kvalitete održane nastave).