

SYLLABUS

1. Puni naziv nastavnog predmeta:

MARKETING

2. Skraćeni naziv nastavnog predmeta / šifra:

3. Ciklus studija:

1

4. Bodovna vrijednost ECTS:

7

5. Status nastavnog predmeta:

Obavezni

6. Preduslovi za polaganje nastavnog predmeta:

nema

7. Ograničenja pristupa:

nema

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

1

4

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

Semestar (1)

4

Semestar (2)

(za dvosemestralne predmete)

Opterećenje:
(u satima)

9.1. Predavanja

4

Nastava:

108,7

9.2. Auditorne vježbe

1

Individualni rad:

74,2

9.3. Laboratorijske / praktične vježbe

Ukupno:

182,5

10. Fakultet:

Ekonomski

11. Odsjek / Studijski program :

Ekonomija

12. Nosilac nastavnog programa:

Dr. sc. Ermina Mustafić, red. prof

13. Ciljevi nastavnog predmeta:

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

14. Ishodi učenja:

Razviti sposobnost studenata da razumiju značaj marketinga za uspješno poslovanje.

15. Indikativni sadržaj nastavnog predmeta:

1. Marketing-kreiranje vrijednosti za kupce
2. Strateško planiranje i marketing proces
3. Etika i društvena odgovornost
4. Marketing okruženje
5. Istraživanje marketinga i MIS
6. Globalni marketing
7. Ponašanje potrošača i odlučivanje u kupovini
8. Poslovna tržišta i ponašanje poslovnih kupaca
9. Tržišno segmentiranje, izbor ciljnog tržišta i pozicioniranje
10. Proizvod kao element marketing miksa
11. Formiranje i strategije cijena
12. Marketing kanali distribucije
13. Integrisano marketing komuniciranje
14. Marketing i društveni mediji
15. Marketing u uslužnom i neprofitnom sektoru

16. Metode učenja:

Predavanja, vježbe (A), individualni 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 sa važećim aktima Univerziteta u Tuzli.

17. Objašnjenje o provjeri znanja:

Provjera znanja studenta će se vršiti u skladu s Pravilima studiranja na I ciklusu studija, Pravilima o načinu polaganja ispita i ocjenjivanja studenata, Statutom Univerziteta u Tuzli i drugim relevantnim pravnim aktima.

Provjera znanja se ostvaruje kroz predispitne aktivnosti koje obuhvataju 2 testa (rade se u toku semestra), individualni rad studenta u toku semestra i završni ispit koji se ostvaruje pismeno ili usmeno. Prvi test obuhvata nastavne gradivo od 1 do 4, drugi test obuhvata nastavne gradivo od 5 do 10, završni dio ispita (na koji studenti nisu obavezni izaći) obuhvata nastavno gradivo koje nije obuhvaćeno predispitnim obavezama od 11 do 15.

Na popravnim ispitima (i ostalim ispitnim terminima) studenti imaju mogućnost da polažu testove (iz okvira predispitnih obaveza) i da rade završni ispit.

18. Težinski faktor provjere:

Obaveze studenata	Bodovi
Dva testa	(25+25=50)
Individualni rad studenta	20
Ukupno predispitne obaveze	70
Završni test/usmeni	30
Ocjena se formira spram odrebe Zakona o visokom obrazovanju TK, član 107.	

19. Obavezna literatura:

1. Lamb C.W, Hair J.F, McDaniel C.M, Marketing, Data Status, Beograd, 2013.
2. Boris T. i dr., Marketing, Ekonomski fakultet u Sarajevu, Sarajevo, 2006.
4. Kotler P., Keller K, Upravljanje marketingom, MATE, Zagreb, 2007.

20. Dopunska literatura:

21. Internet web reference:

22. U primjeni od akademske godine:

2024/25

23. Usvojen na sjednici NNV/UNV:

28.05.2024.
