

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, vanr. prof.

13. E-mail nastavnika:

alma.muratovic@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:

1. Strateško planiranje i marketing proces
2. Marketing okruženje
3. Istraživanje marketinga i MIS
4. Ponašanje potrošača i odlučivanje u kupovini
5. Poslovna tržišta i ponašanje poslovnih kupaca
6. Tržišno segmentiranje, izbor ciljnog tržišta i pozicioniranje
7. Razvijanje strategije marketinga
8. Konkurentski, globalni i društveni aspekti marketinga

18. Metode učenja:

Predavanja, vježbe (A), seminarski radovi (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 dva termina sedmično i to je fakultativna ponuda studentima.

19. Objašnjenje o provjeri znanja:

Provjera znanja studenta će se vršiti u skladu s Pravilima studiranja na II 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 ili grupni rad studenta - seminarski rad te završni ispit koji se ostvaruje pismeno ili usmeno.

Prva predispitna provjera znanja obuhvata tematska područja od 1 do 4., druga predispitna obaveza obuhvata tematska područja od 5 do 7., dok završni dio ispita obuhvata tematsko područje 8.

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.

20. Težinski faktor provjere:

Obaveze studenata	Bodovi
dva testa	(25+25=50)
Seminarski (individualni) radovi	20
Ukupno predispitne obaveze	70
Završni	30

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

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:**

2023/24

24. Usvojen na sjednici NNV/UNV:

06.10.2023.