

NAZIV PREDMETA		MARKETING					
Kod	STT008	Godina studija	1				
Nositelji predmeta	Dr.sc. Katja Rakušić Cvrtak, viši predavač	Bodovna vrijednost (ECTS)	6				
Suradnici		Način izvođenja nastave (broj sati u semestru)	P	S	V	T	
			30	20	10	0	
Status predmeta	Obavezni	Postotak primjene e-učenja	20%				
OPIS PREDMETA							
Ciljevi predmeta	<ul style="list-style-type: none"> Razumijevanje temeljnih marketinških pojmova, koncepcija i strategija. Teorijska i praktična priprema za usvajanje znanja iz drugih stručnih i specijalističkih predmeta. Razvijanje marketinškog i kritičkog načina promišljanja kod studenata. Primjena usvojenih marketinških znanja u rješavanju konkretnih tržišnih problema. 						
Uvjeti za upis predmeta i ulazne kompetencije potrebne za predmet	Nema						
Očekivani ishodi učenja na razini predmeta (4-10 ishoda učenja)	<ol style="list-style-type: none"> Definirati temeljne marketinške pojmove, koncepcije i strategije. Opisati i na praktičnom primjeru objasniti djelovanje temeljnih marketinških pojmova, koncepcija i strategija. Izraditi marketinški plan. Analizirati uzroke i posljedice različitih problemskih situacija na tržištu. Izabrati adekvatno rješenje konkretnih tržišnih problema polazeći od usvojenih marketinških znanja. 						
Sadržaj predmeta detaljno razrađen prema satnici nastave	Tjedan	Sati	Oblik nastave	Tema:			
	1.	2	Predavanja	Uvod u kolegij. Upoznavanje sa planom i programom, načinom polaganja ispita, literaturom i kompetencijama koje se stječu.			
		2	Vježbe / Seminari	Seminarska nastava. Marketinški zadaci. Analiza poslovnih slučajeva.			
	2.	2	Predavanja	Predmet, cilj i sadržaj kolegija. Pojam marketinga i marketinške koncepcije. Upravljanje marketingom.			
		2	Vježbe / Seminari	Seminarska nastava. Marketinški zadaci. Analiza poslovnih slučajeva.			
	3.	2	Predavanja	Vanjsko marketinško okruženje. Unutarnje marketinško okruženje.			
		2	Vježbe / Seminari	Seminarska nastava. Marketinški zadaci. Analiza poslovnih slučajeva.			
	4.	2	Predavanja	Istraživanje tržišta. Ponašanje potrošača u marketinškom odlučivanju.			
		2	Vježbe / Seminari	Seminarska nastava. Marketinški zadaci. Analiza poslovnih slučajeva.			
	5.	2	Predavanja	Tržište poslovne potrošnje			
		2	Vježbe / Seminari	Seminarska nastava. Marketinški zadaci. Analiza poslovnih slučajeva.			

	6.	2	Predavanja	Segmentacija i izbor ciljnih tržišta. Diferencijacija i tržišno pozicioniranje.		
		2	Vježbe / Seminari	Seminarska nastava. Marketinški zadaci. Analiza poslovnih slučajeva.		
	7.	2	Predavanja	Kolokvij 1 (izabrana poglavlja: 1, 2, 4, 5, 16, 6)		
		2	Vježbe / Seminari	Seminarska nastava. Marketinški zadaci. Analiza poslovnih slučajeva.		
	8.	2	Predavanja	Strategije marketinškog spleta: proizvod.		
		2	Vježbe / Seminari	Seminarska nastava. Marketinški zadaci. Analiza poslovnih slučajeva.		
	9.	2	Predavanja	Strategije marketinškog spleta: cijena.		
		2	Vježbe / Seminari	Seminarska nastava. Marketinški zadaci. Analiza poslovnih slučajeva.		
	10.	2	Predavanja	Strategije marketinškog spleta: promocija.		
		2	Vježbe / Seminari	Seminarska nastava. Marketinški zadaci. Analiza poslovnih slučajeva.		
	11.	2	Predavanja	Strategije marketinškog spleta: distribucija.		
		2	Vježbe / Seminari	Seminarska nastava. Marketinški zadaci. Analiza poslovnih slučajeva.		
	12.	2	Predavanja	Marketinško planiranje u poslovanju.		
		2	Vježbe / Seminari	Seminarska nastava. Marketinški zadaci. Analiza poslovnih slučajeva.		
	13.	2	Predavanja	Marketinške strategije.		
		2	Vježbe / Seminari	Seminarska nastava. Marketinški zadaci. Analiza poslovnih slučajeva.		
	14.	2	Predavanja	Kolokvij 2 (izabrana poglavlja: 7, 8, 9, 11, 12 i 13)		
		2	Vježbe / Seminari	Seminarska nastava. Marketinški zadaci. Analiza poslovnih slučajeva.		
15.	2	Predavanja	Suvremene tendencije u marketingu			
	2	Vježbe / Seminari	Seminarska nastava. Marketinški zadaci. Analiza poslovnih slučajeva.			
Vrste izvođenja nastave:	<input checked="" type="checkbox"/> predavanja <input checked="" type="checkbox"/> seminari i radionice <input checked="" type="checkbox"/> vježbe <input type="checkbox"/> on line u cijelosti <input type="checkbox"/> mješovito e-učenje <input type="checkbox"/> terenska nastava		<input checked="" type="checkbox"/> samostalni zadaci <input type="checkbox"/> multimedija <input type="checkbox"/> laboratorij <input checked="" type="checkbox"/> mentorski rad <input type="checkbox"/>			
Obveze studenata	<ul style="list-style-type: none"> Nazočnost na predavanjima i auditornim vježbama u iznosu od najmanje 70% predviđene satnice (za izvanredne studente obveza je 50% nazočnosti). Izrada i prezentacija seminarskog rada i timskog projektnog zadatka. Praćenje i čitanje aktualne literature. Polaganje pisanih kolokvija ili ispita. 					
Praćenje rada studenata (upisati udio u ECTS bodovima za svaku aktivnost tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta):	Pohađanje nastave	2,00	Istraživanje		Praktični rad	
	Eksperimentalni rad		Referat		Samostalno učenje	1,7
	Esej		Seminarski rad		Analiza poslovnih slučajeva	0,5
	Kolokviji	0,30	Usmeni ispit		(Ostalo upisati)	
	Pismeni ispit		Projekt	1,5	(Ostalo upisati)	

KONTINUIRANA PROCJENA			
Pokazatelji kontinuirane provjere	Uspješnost A_i (%)	Udjel u ocjeni k_i (%)	
<i>Nazočnost i aktivnost na nastavi (pred. i vježbe)</i>	redoviti 70-100 izvanredni 50-100	5	
<i>Seminarski rad (opcionarno- bonus na postojeću ocjenu)</i>	50-100	10	
<i>Timski projektni zadatak</i>	50-100	25	
<i>Prvi kolokvij</i>	50-100	35	
<i>Drugi kolokvij</i>	50-100	35	
<p>Studenti koji nisu položili ispit putem kolokvija polažu završni ispit. Isto vrijedi i za popravne ispite.</p>			
ZAVRŠNA PROCJENA			
Pokazatelji provjere - završni ispit (prvi i drugi ispitni termin)	Uspješnost A_i (%)	Udjel u ocjeni k_i (%)	
<i>Završni ispit (pisani)</i>	50 - 100	70	
<i>Prethodne aktivnosti (nazočnost i aktivnost na nastavi, pisani i usmeni dio seminarskog rada)</i>	0- 100	30	
Pokazatelji provjere - popravni ispit (treći i četvrti ispitni termin)	Uspješnost A_i (%)	Udjel u ocjeni k_i (%)	
<i>Popravni ispit (pisani)</i>	50 - 100	70	
<i>Prethodne aktivnosti (nazočnost i aktivnost na nastavi, pisani i usmeni dio seminarskog rada)</i>	0- 100	30	
<p>Ocjena (u postotcima) formira se temeljem svih pokazatelja koji opisuju razinu studentskih aktivnosti prema relaciji:</p> $Ocjena (\%) = \sum_{i=1}^N k_i A_i$ <p>k_i - težinski koeficijent za pojedinu aktivnost, A_i - postotni uspjeh postignut za pojedinu aktivnost, N - ukupan broj aktivnosti.</p>			
ODNOS POLUČENOG USPJEHA I PRIPADNE OCJENE			
Postotak	Kriterij	Ocjena	
od 50% do 61%	<i>zadovoljava minimalne kriterije</i>	dovoljan (2)	
od 62% do 74%	<i>prosječan uspjeh s primjetnim nedostacima</i>	dobar (3)	
od 75% do 87%	<i>iznadprosječan uspjeh s ponekom greškom</i>	vrlo dobar (4)	
od 88% do 100%	<i>izniman uspjeh</i>	izvrstan (5)	
Obvezna literatura (dostupna u knjižnici i putem ostalih medija)	Naslov	Broj primjeraka u knjižnici	Dostupnost putem ostalih medija
	Previšić, J., Ozretić Došen, Đ., (urednici), Osnove marketinga, Adverta, Zagreb, 2007.	3	

	Kotler, Philip; Wong, Veronica; Saunders, John i Armstrong, Gary: Osnove marketinga, MATE, Zagreb, 2006.	4	
Dopunska literatura	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kotler, P., Keller, K.L., Martinović, M. : Upravljanje marketingom, Mate d.o.o., Zagreb, 2014 2. Dibb, S., Simkin, L., Pride, W.M., Ferrell, O.C.: Marketing, Mate, Zagreb, 1995. 3. Previšić, J., Ozretić Došen, Đ. (urednici): Marketing, II. Izmijenjeno i dopunjeno izdanje, Adverta, Zagreb, 2004. 4. Rocco, F., i drugi, Poslovni (Business to Business) Marketing, Školska knjiga, Zagreb, 1998. 		
Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje utvrđenih ishoda učenja	<ul style="list-style-type: none"> • Evidencija pohađanja nastave i uspješnosti izvršenja ostalih obveza studenata (nastavnik). • Ažuriranje detaljnih izvedbenih planova nastave - DIP (nastavnik). • Nadzor izvođenja nastave (zamjenik pročelnika Odjela za nastavu, pročelnici odsjeka). • Kontinuirana provjera kvalitete svih parametara nastavnog procesa u skladu s Akcijskim planovima (pomoćnik pročelnika Odjela za kvalitetu). • Semestralno provođenje studentske ankete sukladno „Pravilniku o postupku studentskog vrednovanja nastavnog rada na sveučilištu u Splitu“ (UNIST, Centar za unaprjeđenje kvalitete). 		
Ostalo (prema mišljenju predlagatelja)	DIP-ovi predmeta nalaze se unutar sustava za podršku nastavi (MOODLE) i dostupni su studentima i nastavnicima Odjela. Skraćeni izvedbeni programi - IP (hrvatska i engleska inačica) su u cilju javnosti informiranja izravno dostupni na web stranicama Odjela.		