

NAZIV PREDMETA		MARKETING					
Kod	STP015	Godina studija	2.				
Nositelj/i predmeta	Mr. sc. Ivona Jukić, viši predavač	Bodovna vrijednost (ECTS)	6				
Suradnici	Katja Rakušić Cvrtak, asistent	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	Pr d vanj a	Uvod u kolegij. Upoznavanje sa planom i programom, načinom polaganja ispita, literaturom i kompetencijama koje se stječu.			
		2	Vježbe	Seminarska nastava. Marketinški zadaci. Analiza poslovnih slučajeva.			
	2.	2	Predavanja	Predmet, cilj i sadržaj kolegija. Pojam marketinga i mark tin ke koncepcije. Upravljanje marketingom			
		2	Vježbe	Seminarska nastava. Marketinški zadaci. Analiza poslovnih slučajeva.			
	3.	2	Predavanja	Vanjsko marketinško okruženje. Unutarnje marketinško okruženje.			
		2	Vježbe	Seminarska nastava. Marketinški zadaci. Analiza poslovnih slučajeva.			
	4.	2	Predavanja	Istraživanje tržišta. Ponašanje potrošača u marketinškom odlučivanju.			
		2	Vježbe	Seminarska nastava. Marketinški zadaci. Analiza poslovnih slučajeva.			
	5.	2	Predavanja	Tržište poslovne potrošnje			
		2	Vježbe	Seminarska nastava. Marketinški zadaci. Analiza poslovnih slučajeva.			
	6.	2	Predavanja	Segmentacija i izbor ciljnih tržišta. Diferencijacija i tržišno pozicioniranje.			
		2	Vježbe	Seminarska nastava. Marketinški zadaci. Analiza			

				poslovnih slučajeva.		
	7.	2	Predavanja	Kolokvij 1 (izabrana poglavlja: 1, 2, 4, 5, 16, 6)		
		2	Vježbe	Seminarska nastava. Marketinški zadaci. Analiza poslovnih slučajeva.		
	8.	2	Predavanja	Strategije marketinškog spleta: proizvod.		
		2	Vježbe	Seminarska nastava. Marketinški zadaci. Analiza poslovnih slučajeva.		
	9.	2	Predavanja	Strategije marketinškog spleta: cijena.		
		2	Vježbe	Seminarska nastava. Marketinški zadaci. Analiza poslovnih slučajeva.		
	10.	2	Predavanja	Strategije marketinškog spleta: promocija.		
		2	Vježbe	Seminarska nastava. Marketinški zadaci. Analiza poslovnih slučajeva.		
	11.	2	Predavanja	Strategije marketinškog spleta: distribucija.		
		2	Vježbe	Seminarska nastava. Marketinški zadaci. Analiza poslovnih slučajeva.		
	12.	2	Predavanja	Marketinško planiranje u poslovanju.		
		2	Vježbe	Seminarska nastava. Marketinški zadaci. Analiza poslovnih slučajeva.		
	13.	2	Predavanja	Marketinške strategije.		
		2	Vježbe	Seminarska nastava. Marketinški zadaci. Analiza poslovnih slučajeva.		
14.	2	Predavanja	Kolokvij 2 (izabrana poglavlja: 7, 8, 9, 11, 12 i 13)			
	2	Vježbe	Seminarska nastava. Marketinški zadaci. Analiza poslovnih slučajeva.			
15.	2	Predavanja	Suvremene tendencije u marketingu (gostujuće predavanje)			
	2	Vježbe	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 checked="" 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"> • Redovito i aktivno sudjelovanje u svim oblicima nastave. • 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		
	Ekperimentalni rad		Referat	Samostalno učenje	1,65	
	Esej		Seminarski rad	0,68	Analiza poslovnih slučajeva	0,34
	Kolokviji	0,33	Usmeni ispit		(Ostalo upisati)	
	Pismeni ispit		Projekt	1,00	(Ostalo upisati)	
Ocjenjivanje i vrjednovanje rada	KONTINUIRANA PROCJENA					

studenta tijekom nastave i na završnom ispitu	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</i>	50-100	10
	<i>Timski projektni zadatak</i>	50-100	15
	<i>Prvi kolokvij</i>	50-100	35
	<i>Drugi kolokvij</i>	50-100	35
	Studenti koji nisu položili ispit putem kolokvija polažu završni ispit. Isto vrijedi i za popravne ispite.		
	A RŠNA 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
	Ocjena (u postocima) formira se temeljem svih pokazatelja koji opisuju razinu studentskih aktivnosti prema relaciji:		
	$Ocjena (\%) = \sum_{i=1}^N k_i A_i$		
	<i>k_i</i> - težinski koeficijent za pojedinu aktivnost, <i>A_i</i> - postotni uspjeh postignut za pojedinu aktivnost, <i>N</i> - ukupan broj aktivnosti.		
	ODNOS POLUČENOG USPJEHA I PRIPADNE OCJENE		
	Postotak	Kriterij	Ocjena
	od 50% do 62,4%	<i>zadovoljava minimalne kriterije</i>	dovoljan (2)
od 62,5% do 74,9%	<i>prosječan uspjeh s primjetnim nedostacima</i>	dobar (3)	
od 75% do 87,4%	<i>iznadprosječan uspjeh s ponekom greškom</i>	vrlo dobar (4)	
od 87,5% 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	1. Dibb, S., Simkin, L., Pride, W.M., Ferrell, O.C.: Marketing, Mate, Zagreb, 1995.		

	<p>2. Previšić, J., Ozretić Došen, Đ. (urednici): Marketing, II. Izmijenjeno i dopunjeno izdanje, Adverta, Zagreb, 2004.</p> <p>3. Rocco, F., i drugi, Poslovni (Business to Business) Marketing, Školska knjiga, Zagreb, 1998.</p>
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.