

NAZIV PREDMETA		UPRAVLJANJE ROBNOM MARKOM				
Kod	DTT018	Godina studija	2			
Nositelj/i predmeta	Dr.sc. Katja Rakušić Cvrtak, predavač	Bodovna vrijednost (ECTS)	6			
Suradnici		Način izvođenja nastave (broj sati u semestru)	P	S	V	T
			30	15	15	
Status predmeta	Obvezan	Postotak primjene e-učenja				
OPIS PREDMETA						
Ciljevi predmeta	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Stjecanje svijesti o važnosti marke kao tržišnog svojstva, njenom značenju i vrijednosti.</li> <li>2. Razumijevanje i povezivanje ranije usvojenih marketinških znanja s konceptom marki i upravljanja markom.</li> <li>3. Razvijanje kreativnog i kritičkog načina promišljanja kod studenata u svrhu izgradnje i efikasnog upravljanja markom.</li> <li>4. Usvajanje temeljnih principa strateškog upravljanja markama.</li> <li>5. Primjena usvojenih znanja u svrhu rješavanja konkretnih tržišnih situacija i problema vezanih za marku.</li> </ol>					
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"> <li>1. Definirati temeljne pojmove vezane za marku i upravljanje markom.</li> <li>2. Objasniti međuodnos utjecaja stvaranja marke i razvoja poduzeća.</li> <li>3. Analizirati osnovne determinante u strateškom upravljanju markom.</li> <li>4. Izraditi konkretan plan izgradnje, pozicioniranja marke te kreiranja njenog marketinškog programa.</li> <li>5. Usvojiti proces i izraditi valjane instrumente mjerenja vrijednosti marke.</li> </ol>					
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.		
		1	Auditorne vježbe	Uvod u kolegij. Upoznavanje studenata sa načinom rada na vježbama i obavezama kolegija.		
		1	Seminarska nastava	Dogovor o načinu izvođenja seminarske nastave.		
	2.	2	Predavanja	Značenje i razgraničenje pojmova marke i upravljanja markom. Povijest razvoja marke. Uloga i važnost maraka i upravljanja markom na razvoj poduzeća.		
		1	Auditorne vježbe	Individualni i grupni zadaci. Analiza poslovnih slučajeva.		
		1	Seminarska nastava	Formiranje studentskih timova i tema za seminarsku nastavu.		
	3.	2	Predavanja	Pravni aspekti korištenja marke. Identitet marke.		
		1	Auditorne	Individualni i grupni zadaci. Analiza poslovnih slučajeva.		

			vježbe	
		1	Seminarska nastava	Prezentacije seminarskih radova. Rad na studentskom projektnom zadatku.
	4.	2	Predavanja	Elementi identiteta marke Upravljanje elementima identiteta marke.
		1	Auditorne vježbe	Individualni i grupni zadaci. Analiza poslovnih slučajeva.
		1	Seminarska nastava	Prezentacije seminarskih radova. Rad na studentskom projektnom zadatku.
	5.	2	Predavanja	Strateško upravljanje markama: Vrste maraka. Klasično i suvremeno upravljanje markama. Predanost upravljanju markama
		1	Auditorne vježbe	Individualni i grupni zadaci. Analiza poslovnih slučajeva.
		1	Seminarska nastava	Prezentacije seminarskih radova. Rad na studentskom projektnom zadatku.
	6.	2	Predavanja	Strateško upravljanje markama: Osnovne etape procesa upravljanja markama. Upravljanje spletom maraka. Prepreke i opasnosti u procesu upravljanja markama.
		1	Auditorne vježbe	Individualni i grupni zadaci. Analiza poslovnih slučajeva.
		1	Seminarska nastava	Prezentacije seminarskih radova. Rad na studentskom projektnom zadatku.
	7.	2	Predavanja	1. kolokvij.
		1	Auditorne vježbe	Individualni i grupni zadaci. Analiza poslovnih slučajeva.
		1	Seminarska nastava	Prezentacije seminarskih radova. Prezentacije studentskih projektnih zadataka.
	8.	2	Predavanja	Privatne marke: Koncept privatnih maraka. Evolucija privatnih maraka. Izazovi privatnih maraka. Budućnost i mogućnost širenja privatnih maraka.
		1	Auditorne vježbe	Individualni i grupni zadaci. Analiza poslovnih slučajeva.
		1	Seminarska nastava	Prezentacije seminarskih radova. Prezentacije studentskih projektnih zadataka.
	9.	2	Predavanja	Životni ciklus maraka.
		1	Auditorne vježbe	Individualni i grupni zadaci. Analiza poslovnih slučajeva.
		1	Seminarska nastava	Prezentacije seminarskih radova. Prezentacije studentskih projektnih zadataka.
	10.	2	Predavanja	Strategije proširenja marke proizvoda, strategija potvrđivanja marke, korporativne marke, uvođenje jedinstvene marke i kobranding.

		1	Auditorne vježbe	Individualni i grupni zadaci. Analiza poslovnih slučajeva.		
		1	Seminarska nastava	Prezentacije seminarskih radova. Rad na studentskom projektnom zadatku.		
	11.	2	Predavanja	Vrijednost i mjerenje vrijednosti marke. Financijska vrijednost marke. Tržišna vrijednost marke.		
		1	Auditorne vježbe	Individualni i grupni zadaci. Analiza poslovnih slučajeva.		
		1	Seminarska nastava	Prezentacije seminarskih radova. Rad na studentskom projektnom zadatku.		
	12.	2	Predavanja	Izazovi upravljanja markom u međunarodnom okruženju. Strategije internacionalizacije maraka.		
		1	Auditorne vježbe	Individualni i grupni zadaci. Analiza poslovnih slučajeva.		
		1	Seminarska nastava	Prezentacije seminarskih radova. Rad na studentskom projektnom zadatku.		
	13.	2	Predavanja	Područja primjene marke. Upravljanje markama u specifičnim područjima		
		1	Auditorne vježbe	Individualni i grupni zadaci. Analiza poslovnih slučajeva.		
		1	Seminarska nastava	Prezentacije seminarskih radova. Rad na studentskom projektnom zadatku.		
	14.	2	Predavanja	2. kolokvij		
		1	Auditorne vježbe	Individualni i grupni zadaci. Analiza poslovnih slučajeva.		
		1	Seminarska nastava	Prezentacije seminarskih radova. Rad na studentskom projektnom zadatku.		
	15.	2	Predavanja	Suvremene tendencije u upravljanju markama.		
		1	Auditorne vježbe	Individualni i grupni zadaci. Analiza poslovnih slučajeva.		
		1	Seminarska nastava	Prezentacije seminarskih radova. Rad na studentskom projektnom zadatku.		
	Vrste izvođenja nastave:	<input checked="" type="checkbox"/> predavanja <input checked="" type="checkbox"/> seminari i radionice <input checked="" type="checkbox"/> vježbe <input type="checkbox"/> <i>on line</i> u cijelosti <input type="checkbox"/> mješovito e-učenje <input type="checkbox"/> terenska nastava			<input type="checkbox"/> samostalni zadaci <input type="checkbox"/> multimedija <input type="checkbox"/> laboratorij <input type="checkbox"/> mentorski rad <input type="checkbox"/> demonstracijske vježbe	
Obveze studenata	<ul style="list-style-type: none"> <li>Nazočnost na predavanjima i auditornim vježbama u iznosu od najmanje 70% predviđene satnice (za izvanredne studente obveza je 50% nazočnosti).</li> </ul>					
Praćenje rada studenata ( <i>upisati udio u ECTS bodovima za svaku</i> )	Pohađanje nastave	2 ECTS	Istraživanje		Praktični rad	
	Eksperimentalni rad		Referat		Demonstracijske vježbe	

<i>aktivnost tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta):</i>	Esej		Seminarski rad	1 ECTS	Samostalno učenje	1
	Kolokviji	0,2 ECTS	Usmeni ispit		Konzultacije i završni ispit	0,3
	Pismeni ispit		Projekt	1,5 ECTS	(Ostalo upisati)	
Ocjenjivanje i vrjednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu	KONTINUIRANO VREDNOVANJE					
	Pokazatelji kontinuirane provjere		Uspješnost $A_i$ (%)		Udjel u ocjeni $k_i$ (%)	
	<i>Nazočnost i aktivnost na nastavi (pred. + vježbe)</i>		70 - 100		0,05	
	<i>Prvi kolokvij</i>		50-100		35	
	<i>Drugi kolokvij</i>		50-100		35	
	<i>Seminarski rad</i>		50-100		10	
	<i>Timski projektni zadatak</i>		50-100		15	
	Studenti koji nisu položili ispit putem kolokvija polažu završni ispit					
	ZAVRŠNA OCJENA					
	Pokazatelji provjere - završni ispit (prvi i drugi ispitni termin)		Uspješnost $A_i$ (%)		Udjel u ocjeni $k_i$ (%)	
	<i>Nazočnost i aktivnost na nastavi (pred. + vježbe)</i>		70 - 100		0,05	
	<i>Teorijski ispit (pisani)</i>		50 - 100		70	
	<i>Seminarski rad</i>		50 - 100		10	
	<i>Timski projektni zadatak</i>		50 - 100		15	
	Pokazatelji provjere - popravni ispit (treći i četvrti ispitni termin)		Uspješnost $A_i$ (%)		Udjel u ocjeni $k_i$ (%)	
	<i>Nazočnost i aktivnost na nastavi (pred. + vježbe)</i>		70 - 100		0,05	
	<i>Teorijski ispit (pisani)</i>		50 - 100		70	
	<i>Seminarski rad</i>		50-100		10	
	<i>Timski projektni zadatak</i>		50-100		15	
	Ocjena (u postotcima) formira se temeljem svih pokazatelja koji opisuju razinu studentskih aktivnosti prema relaciji:					
$Ocjena (\%) = \sum_{i=1}^N k_i A_i$						
$k_i$ - težinski koeficijent za pojedinu aktivnost, $A_i$ - postotni uspjeh postignut za pojedinu aktivnost, $N$ - ukupan broj aktivnosti.						

	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
	1. Vranešević, T. : <i>Upravljanje markama</i> , Accent, Zagreb, 2007.	1	
Dopunska literatura	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pavlek, Z.: <i>Branding – kako izgraditi najbolju marku</i>, M.E.P. Consult, Zagreb, 2008</li> <li>2. Kotler, P., Keller, K.L., Martinović, M. : <i>Upravljanje marketingom</i>, Mate d.o.o., Zagreb, 2014</li> <li>3. Keller, K.L. <i>Strategic Brand Management – Building, Measuring and Managing Brand Equity</i>, Prentice Hall, New Jersey, NJ(2012)</li> <li>4. Olins, W, <i>Brendovi, marke u suvremenom svijetu</i> , Golden marketing-Tehnička knjiga,Zagreb, 2008.</li> <li>5. Keller, K.,L.,Slučajevi najbolje prakse upravljanja markama: Pouke najsnažnijih svjetskih maraka, Accent, Zagreb, 2008.</li> </ol>		
Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje utvrđenih ishoda učenja	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Evidencija pohađanja nastave i uspješnosti izvršenja ostalih obveza studenata (nastavnik).</li> <li>• Ažuriranje detaljnih izvedbenih planova nastave - DIP (nastavnik).</li> <li>• Nadzor izvođenja nastave (zamjenik pročelnika Odjela za nastavu, pročelnici odsjeka).</li> <li>• Kontinuirana provjera kvalitete svih parametara nastavnog procesa u skladu s Akcijskim planovima (pomoćnik pročelnika Odjela za kvalitetu).</li> <li>• Semestralno provođenje studentske ankete sukladno „Pravilniku o postupku studentskog vrednovanja nastavnog rada na sveučilištu u Splitu“ (UNIST, Centar za unaprjeđenje kvalitete).</li> </ul>		
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.		