



Stručni studij Ekonomika poduzetništva
(redovni i izvanredni studenti)

Syllabus predmeta

Osnove Marketinga II

Akademska godina: 2020./2021.

Izradio/la: Marija Baburić Vranešić, univ.spec.oec, viši predavač

Nositelj predmeta: Marija Baburić Vranešić, univ.spec.oec, viši predavač

Ovaj syllabus informira studente o sadržaju predmeta **Osnove Marketinga II**, ishodima učenja, načinu održavanja nastave, obavezama studenata te načinu njegova polaganja.

1. Osnovne informacije o predmetu

Ciljevi predmeta

Cilj predmeta jest pripremiti studente za konkretne poslovne zadatke s kojima će se susresti u marketinškim aktivnostima na radu u gospodarskim subjektima. Pri tome se poseban naglasak stavlja na praktična znanja, posebice kod marketinškog mixa, prezentacije, prodaje, formiranje cijena, pozicioniranja, ponašanja potrošača i uvođenja proizvoda na tržište.

Cilj vježbi jest da se izrada marketinškog plan na primjeru iz prakse, naglasak je na analizi slučajeva iz marketinga i praktičnu primjenu teorije koja se obrađuje na predavanjima u konkretnim situacijama.

Ishodi učenja

Ishodi učenja označavaju znanja, vještine i kompetencije koje je student stekao izvršavanjem obaveza i polaganjem ispita iz predmeta Osnove Marketinga I, što znači da su studenti u stanju:

Ishod 1	Opisati pojam i koncept zadovoljstva kupca, spoznati segmentacije i pozicioniranja na marketinškom tržištu.
Ishod 2	Klasificirati tržište i prepoznati ciljno tržište
Ishod 3	Analizirati elemente promotivnog mixa
Ishod 4	Usvojiti vještine pregovaranja
Ishod 5	Savladati elemente profesionalne prodaje
Ishod 6	Izraditi marketinški plan

Trajanje i način izvođenja

Predmet Osnove Marketinga II je obvezan predmet i nosi 4 ECTS bodova, a nastava se odvija kao kombinacija predavanja i seminara. Nastava se odvija prema rasporedu objavljenom na web stranicama i na oglasnoj ploči Veleučilišta „Nikola Tesla“ u Gospiću. Ukupno se izvodi kroz 45 sati, od čega 30 sati predavanja, a 15 sati seminara

Raspored za predmet u semestru izgleda ovako:

- prvi blok nastave
- kolokvij 1.
- drugi blok nastave
- kolokvij 2.
- redoviti ispitni rok.

Plan i program (teme)

Gradivo se obrađuje kroz tjedne teme nastave usklađene s ishodima učenja, a koje su navedene u nastavku:

Tjedan	Nastavna tema (cjelina)	Ishod
1.	Izbor tržišta i predviđanje prodaje	I 1.
2.	Pozicioniranje, Metode predviđanja prodaje	I 1.
3.	Politika proizvoda, klasifikacija i sastavnice	I 2.
4.	Razvoj novog proizvoda, širenje postojećeg	I 2.
5.	Pristupi i metode određivanja cijena	I 3.
6.	Izrada nacrt marketing plana	I 3.
7.	I. KOLOKVIJ – sastoji se iz tri dijela i obuhvaća ishode 1-3.	I 1-3.
8.	Distribucija-Kanali distribucije	I 4.
9.	Poslovno pregovaranje	I 4.
10.	Profesionalna prodaja	I 5.
11.	Ponašanje potrošača	I 5.
12.	Prezentacija marketing plana na primjeru iz prakse I	I 6.
13.	Prezentacija marketing plana na primjeru iz prakse I	I 6.
14.	II. KOLOKVIJ – sastoji se iz tri dijela i obuhvaća ishode 4-6.	I 4-6.

Predmetni nastavnik zadržava pravo izmjene redoslijeda tema utvrđenih ovim dokumentom uz obavezu pravodobnoga obavještanja studenata.

Oblici aktivnosti

Izloženo gradivo utvrđuje se kroz predavanja, vježbe, diskusije tijekom nastave, kratke provjere znanja (usmene i pisane)

Izvođači i način komuniciranja

Nositelj predmeta: Marija Baburić Vranešić, univ.spec.oec, viši predavač

Izvođač: Marija Baburić Vranešić, univ.spec.oec, viši predavač

Službena komunikacija odvija se za vrijeme nastave i konzultacija, a prema potrebi e-mailom: mbaburic@velegs-nikolatesla.hr

Na nastavi mogu povremeno sudjelovati gosti predavači.

2. Obveze i način ocjenjivanja

Polaganje ispita iz predmeta Osnove Marketinga I znači da je student ispunio sve obaveze i prikupio dovoljan broj bodova, a ocjena se formira prema sljedećoj distribuciji bodova:

Broj bodova

Ocjena

0,00-49,00	Nedovoljan (1)
50,00-59,00	Dovoljan (2)
60,00-75,00	Dobar (3)
76,00-90,00	Vrlo dobar (4)
91,00 i više	Izvrstan (5)

Pozitivna ocjena znači da je student:

- Ostvario minimalni broj dolazaka na nastavu
- Minimalno 8 bodova po svakom ishodu učenja
- Minimalno 2 boda za aktivnosti na nastavi.

Provjera znanja vrši se u skladu s utvrđenim ishodima učenja, a provjerava se cijeli spektar znanja u skladu s razinom kvalifikacije. Kako bi se osigurala takva provjera znanja, u dodatku 8. navedeni su načini bodovnog vrednovanja (ocjenjivanja) pojedinih ishoda učenja.

3. Literatura i ostali izvori

Obvezna literatura

- Marija Baburić Vranešić, univ.spec.oec, viši predavač -*Materijali s predavanja*
- P. Kotler, V. Wong, J. Saunders, G. Armstrong, *Osnove Marketinga*, 4. europsko izdanje, MATE d.o.o., Zagreb, 2006.
- M. Martinović – *Marketing u Hrvatskoj*, MATE d.o.o., Zagreb, 2012.

Dopunska literatura

- P. Kotler, M. Kotler, *Marketing do Rasta*, Zagreb, 2015.

4. Pravila ponašanja

Osim općih pravila pristojnog ponašanja, od studenata na nastavi se očekuje:

- aktivno i koncentrirano praćenje nastave
- dolazak na nastavu na vrijeme, pripremljen i s potrebnim priborom

Za vrijeme pismenog ispita:

- studenti kod sebe mogu imati **isključivo** pribor za pisanje i identifikacijski dokument. Nikakve druge osobne stvari nisu dopuštene, osobito ne mobilni aparati.
- nije dopušteno izlaziti iz prostorije.
- nije dopušteno komunicirati na bilo koji način s drugim studentima.

Također, od studenata i nastavnika se očekuje poštivanje etičkih načela s ciljem održavanja visokog standarda kvalitete i reputacije ustanove, ističe se službeni stav prema

nedopuštenom ponašanju tijekom polaganja ispita, zbog čega je potrebno pridržavati se sljedećih uputa:

- Korištenje nedopuštenih materijala (šalabahtera) tijekom ispita, kao i međusobna komunikacija studenata nije dozvoljena i etički je neprihvatljiva te se od nastavnika očekuje da takvo ponašanje sankcioniraju. Kako bi to prevenirali, studente se prije svakog ispita potrebno upozorava da se prepisivanje neće tolerirati, te će se prevenirati na način da se studenti upute da svoje osobne stvari ostave na za to predviđenim mjestima (vješalice), da ih se razmjestiti i slično. Tijekom polaganja ispita nije dozvoljeno korištenje mobitela, čak niti za računanje! Studenti se na ispitu moraju identificirati indeksom. U slučaju da se studenti ipak ponašaju na neprihvatljiv način, treba im oduzeti materijale iz kojih su prepisivali, oduzeti i poništiti ispit te zabilježiti ime i prezime studenta.
- Od nastavnika se očekuje, radi očuvanja reputacije škole, da osigura da ocjene na ispitu budu odraz stvarnog znanja odnosno zadovoljenih svih ishoda učenja, a ne snalažljivosti, studenata, jer će njihove kompetencije procjenjivati tržište rada.

5. Kalendar aktivnosti

Nastava

Nastava se odvija prema kalendaru nastavnih aktivnosti za akademsku godinu, koji je objavljen na web stranicama Veleučilišta i na oglasnoj ploči.

Rokovi i način predaje seminarskih i ostalih radova

Seminarski i ostali radovi predaju se na nastavi predmetnog nastavnika ili nositelja predmeta, ili na konzultacijama.

6. Savjeti i preporuke studentima

Kao dodatni oblik pomoći studentima u svladavanju gradiva upućuju se studenti na konzultacije u terminima koji će se naknadno odrediti.

Posebno se naglašava nužnost kontinuiranog samostalnog rada, jer se jedino tako uz korištenje svih prednosti ovakovog koncepta nastave može udovoljiti relativno visokim kriterijima na ispitu. Gradivo temeljnog općeg predmeta Osnove Marketinga I je takvo da izostanak pravovremenog rada na savladavanju tekućeg gradiva može studenta ozbiljno omesti u praćenju daljnjeg tijeka nastave. Teškoće u praćenju gradiva mogu izazvati demotivaciju studenata, te u konačnici razne nepoželjne ishode. Stoga se sugerira ozbiljan pristup od samog početka, i kroz cijelo vrijeme trajanja nastave.

U slučaju bilo kakvih nejasnoća, problema i nepredvidivih situacija preporuča se na vrijeme kontaktirati predavača i nositelja predmeta.