

Opće informacije		
Nositelj predmeta	dr.sc. Ivana Tonković Pražić, pred.	
Naziv predmeta	Marketing u prometu	
Studijski program	Cestovni promet	
Status predmeta	Izborni	
Godina	2.	
Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave	ECTS koeficijent opterećenja studenata/polaznika	2
	Broj sati (P+V+S)	0 (30+0+15)
1. OPIS PREDMETA		
<i>1.1. Ciljevi predmeta</i>		
Ciljevi predmeta su upoznati studente s temeljnim saznanjima o marketingu kao i sa strukturama marketinških aktivnosti. Studenti bi trebali savladati znanja o mogućnosti primjene marketinga u prometnim poduzećima, te utjecaju marketinške koncepcije na uspješnost njihovog poslovanja.		
<i>1.2. Uvjeti za upis predmeta</i>		
Nema.		
<i>1.3. Očekivani ishodi učenja za predmet</i>		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Pravilno definirati i prepoznati teorijske spoznaje u području marketinga 2. Opisati proces pozicioniranja 3. Definirati i razlikovati elemente marketinškog miksa 4. Analizirati marketinški miks prometnog poduzeća 		
<i>1.4. Sadržaj predmeta</i>		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Uvod u osnove marketinga 2. Marketinško okruženje 3. Tržište krajnje potrošnje i tržište poslovne potrošnje 4. Tržišna segmentacija 5. Izbor tržišta i predviđanje prodaje 6. Pozicioniranje 7. Marketinški miks prometnih poduzeća 8. Politika proizvoda i usluga prometnih poduzeća 9. Distribucija prometnih poduzeća 10. Promotivni miks prometnih poduzeća 11. Pristupi i metode određivanja cijena 12. Ponašanje potrošača 		
<i>1.5. Vrste izvođenja nastave</i>	<input checked="" type="checkbox"/> Predavanja <input checked="" type="checkbox"/> Seminari <input type="checkbox"/> Vježbe <input type="checkbox"/> Terenska nastava <input checked="" type="checkbox"/> Samostalni zadaci <input checked="" type="checkbox"/> Multimedija i mreža <input type="checkbox"/> Laboratorij	

						<input checked="" type="checkbox"/> Mentorski rad	
1.6. Komentari							
1.7. Obveze studenata							
<p>- Aktivno i koncentrirano praćenje nastave, - dolazak na nastavu na vrijeme, pripremljen i s potrebnim priborom, - redoviti studenti za uredno ispunjavanje obveza moraju pohađati 75% predavanja i vježbi.</p>							
1.8. Praćenje rada studenata							
Pohađanje nastave	X	Aktivnost u nastavi	X	Seminarski rad	X	Eksperimentalni rad	
Pismeni ispit	X	Usmeni ispit		Esej		Istraživanje	
Projekt		Kontinuirana provjera znanja	X	Referat		Praktični rad	
Portfolio				Radni zadaci	X		
1.9. Ocjenjivanje i vrednovanje rada studenata/polaznika tijekom nastave i na završnom ispitu							
<p>Ocjena iz predmeta se sastoji od: Polaganjem ishoda 1 do 3 student može sakupiti 50% ocjenskih bodova, odnosno 12,5-25% po ishodu. Nepoložene ishode student može polagati u ispitnim rokovima. Ishod 4 koji predstavlja praktično znanje, student polaže tijekom nastave u terminima seminarske nastave kao prezentaciju, polaganjem se može sakupiti 40% ocjenskih bodova. 10% bodova student sakuplja kroz aktivnost na nastavi, odnosno predavanje zadaća u toku semestra. Da bi student položio određeni ishod mora sakupiti najmanje 50% bodova na testu i prezentaciji i ostvareni rezultat pamt se u tekućoj akademskoj godini.</p>							
1.10. Obvezatna literatura							
<ul style="list-style-type: none"> • Grbac: Načela marketinga, Ekonomski fakultet Sveučilišta u Rijeci, Osijek, 2007. • Kotler, Wong, Saunders, Armstrong: Osnove marketinga, 4. europsko izdanje, MATE d.o.o., Zagreb, 2006. 							
1.11. Dopunska literatura							
<ul style="list-style-type: none"> • Cateora: International marketing, McGraw-Hill: Irwin, Boston, 2005. • Grbac: Izazovi međunarodnog tržišta, Ekonomski fakultet Sveučilišta u Rijeci, Osijek, 2009. • Kotler, Keller: Upravljanje marketingom, MATE d.o.o., Zagreb, 2008. 							
1.12. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija							
<p>Praćenje kvalitete koja osigurava potrebna znanja i vještine provodit će se aktivnim sudjelovanjem studenata u nastavi, primjenom naučenog pri izradi seminarskog rada na konkretnom poduzetničkom primjeru, a napredak studenata putem dva kolokvija. Opravedanost i primjerenost nastavnih metoda kontrolirat će se anketiranjem studenata od strane Odbora za osiguravanje i unapređivanje kvalitete pri Veleučilištu.</p>							