

ISVU šifra	Naziv predmeta	Status predmeta	Semestar
------------	----------------	-----------------	----------

293826	Razlikovni kolegij Marketing	Razlikovni	6
--------	------------------------------	------------	---

Tip predmeta	Oblici nastave (ukupan broj sati u semestru)	Samostalni rad (sati)	ECTS
--------------	--	-----------------------	------

Stručni	P	S	V	E-učenje	6
	20	20			

Nastavnik	doc.dr.sc. Željka Marčinko Trkulja
-----------	------------------------------------

Suradnik	
----------	--

Cilj predmeta	C1. Upoznati studente s upravljanjem marketinškim aktivnostima. C2. Osposobiti studente za razumijevanje marketinških koncepata u specifičnim kontekstima. C3. Pripremiti studente za primjenu marketinških koncepata u praksi.
---------------	---

Ishodi učenja	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Znanje/Pamćenje: Poznavati osnovne pojmove upravljanja marketingom.</li> <li>2. Analiza: Razlikovati alternativne načine prilagodbe tržišnim promjenama.</li> <li>3. Izrada: Pripremiti nacrt i kreirati marketinški plan za proizvod i uslugu, te odabrati ključne marketinške taktike.</li> <li>4. Evaluacija: Razumjeti važnost planiranja marketinških aktivnosti.</li> <li>5. Primjena: Primijeniti stečeno znanje u poslovnim procesima.</li> <li>6. Razumijevanje: Razumijevanje globalne marketinške strategije .</li> </ol>
---------------	--

Uvjeti za upis predmeta (odslušan ili položen kolegij) te potrebna znanja i vještine	Ne postoje uvjeti za upis predmeta
--	------------------------------------

Vrste izvođenja predmeta	Predavanja Seminar i radionice Samostalni zadaci	Komentari
--------------------------	--	-----------

Obveze studenata	Sukladno Pravilniku o studijima i studiranju Sveučilišta Sjever, svibanj 2023.
------------------	--

Sadržaj predmeta				
Nastavna cjelina	Oblici nastave (sati)			
	Predavanja	Seminari	Vježbe	E-učenje

Obvezna literatura	1. Kotler P., Keller, K. L Martinović, M.: Upravljanje marketingom – 14. izdanje, MATE, Zagreb, 2014.
--------------------	---

Dopunska literatura	1. Philip Kotler, Kevin Keller, and Alex Chernev, Marketing Management, 16th edition, Pearson, 2022.
---------------------	--

Način provjere ishoda učenja	Način provjere ishoda učenja se provodi kroz kontinuiranu provjeru znanja, seminar i analize slučaja, te pismeni ispit
------------------------------	--

Završni / Diplomski rad	Ne
-------------------------	----