

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

202857 Marketinške strategije Obvezni 5

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

Stručni P S V E-učenje 4

15 0 30 0

Nastavnik	doc.dr.sc. Ana Mulović Trgovac		
Suradnik	doc.dr.sc. Mario Lešina		
Cilj predmeta	Uvid u osnovne aspekte strategije marketinga i proces izgradnje strateškog marketinškog plana glavni su ciljevi kolegija. Specifični ciljevi su: (1) stjecanje znanja i vještina o izradi strateškog marketinškog plana i teorijskim postavkama strateškog marketinga (2) osposobljavanje studenata za kreativni rad i rješavanje problema u agencijama i poduzećima (3)upoznavanje sa poslovnim slučajevima, najsuvremenijim postignućima i aktualnostima o marketinškim strategijama.		
Ishodi učenja	1. 1. Primjena strateškog pristupa marketingu, te marketinškog pristupa strategiji u stvaranju strategije marketinga, koji stvara marketinški orijentiranu strategiju zasnovanu na načelima marketinške koncepcije. Nakon uspješno završenog predmeta studenti će moći: analizirati i opisati tržište unutar kojeg poduzeće djeluje, napraviti istraživanje tržišta i adekvatnu segmentaciju tržišta razlikovanjem specifičnih potreba svakog segmenta, definirati i odabrati ciljno tržište, za svaki segment postaviti ispravan cilj te strategiju za svaki element marketinškog miksa i izraditi strateški plan marketinga.		
Uvjeti za upis predmeta (odslušan ili položen kolegij) te potrebna znanja i vještine	Ne postoje uvjeti za upis predmeta		
Vrste izvođenja predmeta	Predavanja Vježbe u praktikumu 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
Uvodno predavanje Pristupna razmatranja.	1		2	
UVOD U STRATEGIJU MARKETINGA Odnos strategije i marketinga Osnovni pojmovi u izgradnji strategije marketinga Sredstva potpore za izgradnju strategije marketinga	2		4	
STRATEŠKE ANALIZE UNUTARNJIH ČIMBENIKA I VANJSKE MARKETINŠKE SITUACIJE Strateške analize unutarnjih čimbenika Strateške analize vanjske marketinške situacije	2		4	
IZBOR STRATEGIJE MARKETINGA Tri generičke konkurentske strategije marketinga Strategija segmentacije tržišta Strategija diferencijacije proizvoda	2		4	
IZBOR STRATEGIJE MARKETINGA Strategija pozicioniranja Strategija marketinga usmjerena na uspostavljanje odnosa s kupcima	2		4	
IZBOR STRATEGIJE MARKETINGA Strategije marketinga za zrela i opadajuća tržišta Strategije rasta Strategije horizontalne i vertikalne integracije	2		4	

IZBOR STRATEGIJE MARKETINGA Strategije diverzifikacije Strateški savezi, spajanja i akvizicije	2	4
UVOĐENJE, PRIMJENA I VREDNOVANJE STRATEGIJE MARKETINGA Uvođenje i primjena strategije marketinga Vrednovanje odabrane strategije i strateškog marketinškog plana Prezentacije strateškog marketinškog plana	2	4
Obvezna literatura	1. Renko, N.: Strategije marketinga, Naklada Ljevak, Zagreb, 2009. 2. Aaker, D. A.: Strategic Market Management, John Wiley & Sons, New York, 2006. 3. Zdravko Mihevc: PPT prezentacije predavanja, nastavni materijali	
Dopunska literatura	1. Kotler, Armstrong, Saunders, Wong: Osnove marketinga, Mate, Zagreb, 2006. 2. Kotler P., Keller, K. L: Upravljanje marketingom - 12 izdanje, MATE, Zagreb, 2007. 3.	
Način provjere ishoda učenja	Način provjere ishoda učenja se provodi kroz kontinuiranu provjeru znanja, vježbe i analize slučaja, te pismeni i usmeni ispit	
Završni / Diplomski rad	Da	