

ISVU šifra	Naziv predmeta				Status predmeta	Semestar
103196	Međunarodni marketing				Obvezni	3
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. Ana Mulović Trgovac					
Suradnik						
Cilj predmeta	1.Ciljevi predmeta Osnovni cilj predmeta je upoznati studente na teorijske osnove i paradigme povezane s područjem međunarodnog marketinga, čime im se omogućuje stjecanje potrebnih znanja i vještina za donošenje kvalitetnih odluka u plasmanu proizvoda na međunarodnom tržištu; 2.Steći duboko razumijevanje osnovnih teorijskih principa i modela međunarodnog marketinga, kako bi studenti prepoznali specifičnosti poslovanja na globalnim tržištima i razumjeli njihove ključne izazove; 3.Razumjeti specifičnosti međunarodnog okruženja i njegov utjecaj na marketinške strategije; 4.Analizirati globalne tržišne trendove i konkurentske faktore koji oblikuju međunarodni marketing; 5.Razviti učinkovite marketinške strategije prilagođene različitim kulturnim, ekonomskim i pravnim uvjetima					
Ishodi učenja	1. Razumijevanje problematike i sposobnost primjene znanja u izboru inozemnih tržišta 2. Planiranje i provedba marketinških programa za internacionalizaciju poslovanja 3. Koordinacija i kontrola marketinških aktivnosti na većem broju različitih tržišta istovremeno.					
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. Previšić, J., Ozretić Došen, Đ., Krupka, Z.: Osnove međunarodnog marketinga, Školska knjiga, Zagreb, 2011.
Dopunska literatura	1. Previšić, J., Ozretić Došen, Đ.: Međunarodni marketing, Masmedia, Zagreb, 1999. 2. Kotabe, M., Helsen, K.: Global Marketing Management, Wiley, 2010
Način provjere ishoda učenja	Način provjere ishoda učenja se provodi kroz kontinuiranu provjeru znanja, seminar i analize slučaja, te pismeni ispit
Završni / Diplomski rad	Da