

Razlikovni kolegij UPRAVLJANJE MARKETINGOM ak. god. 2011/2012.

Nositeljica kolegija:

prof. dr. sc. Đurđana Ozretić Došen
Kabinet: B 302, III. kat sjever

e-mail: dozretic@efzg.hr

web: <http://www.efzg.unizg.hr/dozretic>

Izvođač nastave (predavanja):

doc. dr. sc. Mirko Palić
Kabinet: B 302, III. kat sjever
e-mail: mpalic@efzg.hr

dr.sc. Ružica Butigan
Kabinet: B311, III. kat sjever
e-mail: rbutigan@efzg.hr

dr.sc. Zoran Krupka
Kabinet: B306, III. kat sjever
e-mail: zkrupka@efzg.hr

Andrea Razum, spec.univ.oec.
Kabinet: B311, III. kat sjever
e-mail: arazum@efzg.hr

Službene web stranice Katedre za marketing:

<http://www.efzg.unizg.hr/marketing>

Nastava: dvorana 19, radnim danom od 15-21h, subotom 8-14h

SVRHA I SADRŽAJ KOLEGIJA:

1. Upoznavanje s upravljanjem marketinškim aktivnostima.
2. Razumijevanje marketinških koncepata u specifičnim kontekstima.
3. Primjena marketinških koncepata u praksi.

OBVEZE STUDENATA:

Nastava će se izvoditi u obliku predavanja, seminara i samostalnog rada studenata (proučavanja zadane literature i izrade projekta). Seminarska nastava će se izvoditi u obliku radionica u okviru kojih će se rješavati zadaci, prezentirati slučajevi iz prakse, izlagati i komentirati projektni zadaci itd. Kako bi student uspješno položio kolegij treba položiti ispit u redovnom roku ili putem kolokvija. Ukoliko student želi polagati ispit putem kolokvija, treba:

- aktivno sudjelovati na dovoljnom broju predavanja i seminara;
- izraditi projekt;
- položiti kolokvij-predrok (ostvariti minimalan broj bodova za uspješno polaganje kolokvija).

POTPISI:

Uvjet za dobivanje potpisa je **minimalno 50% dolazaka na nastavu/predavanja i isto toliko dolazaka/sudjelovanja na seminarskoj nastavi**. Studenti koji ne ispune navedeni uvjet **neće dobiti potpis i ne mogu pristupiti polaganju ispita u redovitom roku te moraju ponovno upisati kolegij sljedeće akademske godine**.

POLAGANJE ISPITA PUTEM KOLOKVIJA:

Studenti koji redovito pohađaju predavanja, aktivno sudjeluju u seminarskoj nastavi te izrađuju projekt mogu položiti ispit putem prikupljenih bodova za aktivnosti navedene u tablici. Jedna od tih aktivnosti je i kolokviji-predrok. Datum kolokvija naveden je u syllabusu.

Uvjet za pristupanje kolokviju je **minimalno 50% dolaska/sudjelovanja na seminarskoj nastavi i prijavljen projekt**. Uvjet za prolaznu ocjenu na predroku je **minimalno ostvarenih 36 bodova iz kolokvija**, od maksimalno mogućih 70 bodova.

Studentima koji su uspješno riješili kolokvij, sudjelovali na minimalno 50% predavanja i seminara, izradili projekt te prikupili minimalno 51 bod, bit će u predroku ponuđena ocjena iz kolegija.

Prilikom upisa ocjene ostvarene putem predroka, nastavnik zadržava pravo dodatne usmene provjere znanja ukoliko to smatra potrebnim.

AKTIVNOST	MAKSIMALAN BROJ BODOVA
Kolokvij-Predrok	70
Projekt	20
Seminarska nastava	10
UKUPNO	100

BROJ BODOVA	KONAČNA OCJENA
92 – 100	odličan (5)
81 – 91	vrlo dobar (4)
66 – 80	dobar (3)
51 – 65	dovoljan (2)
do 50	nedovoljan (1)

POLAGANJE ISPITA U REDOVITIM ROKOVIMA:

Studenti koji nisu položili ispit putem kolokvija, ali su ostvarili uvjete za dobivanje potpisa, mogu pristupiti polaganju ispita u redovitim rokovima. Ispit se polaže u pisanom obliku. Nastavnik zadržava pravo dodatne usmene provjere znanja ukoliko to smatra potrebnim.

LITERATURA:

Obvezna:

1. Kotler P., Keller, K. L: *Upravljanje marketingom - 12 izdanje*, MATE, Zagreb, 2007., poglavlja: 1, 2, 5, 9, 10 – dio Razvoj i komuniciranje strategije pozicioniranja marke, 11, 22 i dodatak A1
2. Previšić, J., Ozretić Došen, Đ. (ur.): *Marketing*, Adverta, Zagreb, 2004., poglavlja: 16, 17, 20, 21 i obnovljeni separat poglavlja 19
3. Zabilježbe s predavanja

Dopunska:

1. Peter J.P., Donnelly J: *Marketing Management*, McGraw-Hill, New York, 2010.
2. Marshall G., Johnston M: *Marketing Management*, McGraw-Hill, New York, 2010.
3. Mullins J., Walker O., Boyd H: *Marketing Management: A Strategic Decision-Making Approach*, McGraw-Hill/Irwin, New York, 2009.

UPUTE ZA PROJEKT:

Studenti će tijekom semestra izrađivati marketinški plan sukladno usvojenom gradivu. Grupe koje će raditi projekt sastojat će se od 2 do 4 studenta. Grupe će prezentirati cjeloviti projekt, u predviđenom terminu (navedenom u syllabusu).

Projekt je potrebno prijaviti putem obrasca za prijavu grupe (nalazi se u prilogu) koji je potrebno poslati mailom kako je navedeno na dnu obrasca.

Plan marketinga studenti izrađuju za odabrani **proizvod, uslugu ili ideju na tržištu Republike Hrvatske**. Po primitku obrasca, asistent će odobriti odabrani proizvod, uslugu ili ideju, a u slučaju primjedbi, kontaktirat će članove grupe putem e-mail adrese navedene u obrascu.

Marketinški plan izrađuje se iz perspektive poduzeća, odnosno, članovi grupe stavljaju se u ulogu zaposlenika poduzeća koji su dobili zadatak izraditi marketinški plan. U četvrtom tjednu nastave predavanje će biti posvećeno marketinškim planovima te ćete biti upoznati sa svim detaljima vezanim uz ovaj važan dokument za poslovanje poduzeća. Marketinški plan treba sadržavati sve ključne komponente koje će biti izložene na predavanju i seminarskoj nastavi.

Konačni dokument treba imati minimalno 15, a maksimalno 20 stranica. Ključni kriteriji za ocjenu projekta su:

- kvaliteta i kreativnost ideja;
- argumentacija ideja;
- prezentacija ideja.

Grupe će prezentirati rezultate svoga rada na nastavi prema terminu navedenom u syllabusu.

TERMINI NASTAVE:

DAN	DATUM	SADRŽAJ
1.	13.01.12.	Marketinški principi za 21. stoljeće (poglavlje 1) Marketinške strategije (poglavlje 2) <i>Seminarska nastava</i>
2.	14.01.12.	Marketinški plan (dodatak A1) <i>Seminarska nastava</i>
3.	16.01.12.	Upravljanje zadovoljstvom, lojalnošću i vrijednošću za potrošača (poglavlje 5) <i>Seminarska nastava</i>
4.	19.01.12.	Upravljanje markom (poglavlje 9, poglavlje 10 - dio Razvoj i komuniciranje strategije pozicioniranja marke) <i>Seminarska nastava</i>
5.	20.01.12.	Konkurencija (poglavlje 11) Upravljanje holističkom marketinškom organizacijom (poglavlje 22) <i>Seminarska nastava</i>
6.	21.01.12.	Internetski marketing (separat obnovljeno poglavlje 19) Međunarodni marketing (poglavlje 20) <i>Seminarska nastava</i>
7.	26.01.12.	Marketing poslovnih tržišta (poglavlje 16) Marketing usluga (poglavlje 17) <i>Seminarska nastava</i>
8.	27.01.12.	Interni marketing (poglavlje 21) <i>Seminarska nastava</i>
9.	28.01.12.	Tema po izboru predavača <i>Seminarska nastava – prezentacije projekata</i>
	07.02.2012.	KOLOKVIJ – Predrok u 16:00 h

Studenti mogu prezentacije korištene na predavanjima pregledati na intranet stranici predavača.

**OBRAZAC ZA PRIJAVU GRUPE ZA IZRADU PROJEKTA
NA KOLEGIJU UPRAVLJANJE MARKETINGOM**

Seminarska grupa (zaokružite)	Razlikovni
----------------------------------	-------------------

Naziv grupe	
Kontakt e-mail grupe	

RB	Ime i prezime člana grupe	JMBAG	E-mail
1			
2			
3			
4			
5			
6			

Odabrani predmet rada (proizvod/usluga/ideja)	
--	--

Ovaj obrazac je potrebno poslati elektronski na mpalic@efzg.hr do ponedjeljka 16.01. u 12 sati.

Obrazac je moguće pribaviti u elektronskom obliku na www.palic.us/dok/obr.doc.