

Studij: <b>Preddiplomski studij POSLOVNA EKONOMIJA</b>				Godina: <b>3</b>	Semestar: <b>6</b>				
Studijski smjer: <b>Marketing</b>				Kod: EUB210		Naziv predmeta: <b>STRATEGIJE MARKETINGA</b>		ECTS: <b>5</b>	Strani jezik: <b>Engleski</b>
Nastavnici: <b>Dr.sc. Neven Šerić, docent</b>									
Asistenti: <b>Dr.sc. Neven Šerić, docent</b>									
Tjedan	Predavanja		Vježbe		Zadaci za samostalni rad i kontinuiranu provjeru znanja				
	Tema	Sati	Tema	Sati	Oblik rada	U okviru satnice	Ocjena	Kumul. ocjena	
1	Uvodne naznake o strategijama marketinga.		Strategije marketinga u poslovnoj praksi.		Seminar	<input type="checkbox"/>	%	%	
2	Strategije, taktike, operativni taktički programi.		Strateški marketing i okružje u kojem se primjenjuje.		Seminar	<input type="checkbox"/>	%	%	
3	SWOT analiza, benchmarking, PIMS i balanced scorecard modeli – polazišta u oblikovanju strategija marketinga		Poslovni slučaj: PIMS i balanced scorecard model u oblikovanju strategije marketinga		Seminar	<input type="checkbox"/>	%	%	
4	Analiza unutarnjih čimbenika u oblikovanju strategije marketinga.		Poslovni slučaj: Analiza unutarnjih čimbenika.		Seminar	<input type="checkbox"/>	%	%	
5	Analiza vanjskih čimbenika u oblikovanju strategije marketinga.		Poslovni slučaj: Analiza vanjskih čimbenika.		Seminar	<input type="checkbox"/>	%	%	
6	Tri generičke strategije marketinga.		Poslovni slučaj: Generičke strategije marketinga u praksi.		Test	<input type="checkbox"/>	15%	15%	
7	Strategija segmentacije tržišta.		Poslovni slučaj: Strategija segmentacije.		Seminar	<input type="checkbox"/>	%	%	
8	Strategija diferencijacije proizvoda.		Poslovni slučaj: Strategija diferencijacije.		Kolokvij	<input type="checkbox"/>	35%	50%	
9	Strategija pozicioniranja.		Poslovni slučaj: Strategija pozicioniranja.		Seminar	<input type="checkbox"/>	%	%	
10	Strategije horizontalne i vertikalne integracije.		Poslovni slučaj: Strategije horizontalne i vertikalne integracije.		Seminar	<input type="checkbox"/>	%	%	
11	Strategija diversifikacije.		Poslovni slučaj: Strategija diversifikacije.		Seminar	<input type="checkbox"/>	%	%	
12	Strategije za zrela i <i>opadajuća</i> tržišta.		Strategije na tržištima u tranziciji.		Seminar	<input type="checkbox"/>	%	%	
13	Strategije saveza, spajanja i akvizicija.		Strategije na globalnom tržištu.		Seminar	<input type="checkbox"/>	%	%	
14	Uvođenje, primjena, kontrola i evaluacija strategije marketinga.		Poslovni slučaj: Uvođenje strategije marketinga u praksi.		Test	<input type="checkbox"/>	15%	65%	
15	Alternativni pristupi strateškom marketingu; Recentne marketinške koncepcije.		Poslovni slučaj: recentne marketinške strategije na globalnom tržištu.		Kolokvij	<input type="checkbox"/>	35%	100%	

Literatura: 1. Renko, N., *Strategije marketinga*, Naklada Ljevak, 2005. Zagreb.  
2. Kotler, P., Keller, K.L., *Upravljanje marketingom*, XII izdanje, Mate d.o.o. 2008. Zagreb

Dodatna literatura: 1. Wagen, L.V., Carlos, B.R., *Event management*, Mate d.o.o. 2008. Zagreb  
2. Aaker, D., *Strategic market management*, Wiley & Sons 2005., NY

Napomene:

**Uvjet za potpis:** Pohadanje predavanja i vježbi 60%.

**Uvjet za pristupanje ispitu:** potpis

**Termini ispita će biti definirani kalendarom ispita. Ispit se sastoji od pismenog i usmenog dijela.**

**Položenim kolokvijem se smatra onaj u kojem je ostvareno minimalno 60% mogućih bodova.**

**Način polaganja ispita:** Ispit se sastoji od pismenog dijela, te usmenog kritičkog osvrtu na zadani poslovni slučaj. Studenti koji polože oba kolokvija oslobađaju se ispita, a mogu usmeno odgovarati za višu ocjenu. Aktivno učešće studenata na nastavi (diskusija, projektni zadaci) utječe na konačnu ocjenu.