



Izvedbeni plan nastave (*syllabus*¹)

Sastavnica	Centar Stjepan Matičević					akad. god.	2023./2024.				
Naziv kolegija	Osnove marketinga					ECTS	5				
Naziv studija	Modul poduzetničkih znanja i vještina										
Razina studija	<input checked="" type="checkbox"/> preddiplomski		<input checked="" type="checkbox"/> diplomski		<input checked="" type="checkbox"/> integrirani		<input type="checkbox"/> poslijediplomski				
Godina studija	<input type="checkbox"/> 1.		<input type="checkbox"/> 2.		<input type="checkbox"/> 3.		<input type="checkbox"/> 4.	<input type="checkbox"/> 5.			
Semestar	<input checked="" type="checkbox"/> zimski <input type="checkbox"/> ljetni		<input type="checkbox"/> I.		<input type="checkbox"/> II.		<input type="checkbox"/> III.	<input type="checkbox"/> IV.	<input type="checkbox"/> V.	<input type="checkbox"/> VI.	
Status kolegija	<input type="checkbox"/> obvezni kolegij		<input checked="" type="checkbox"/> izborni kolegij		<input checked="" type="checkbox"/> izborni kolegij koji se nudi studentima drugih odjela			Nastavničke kompetencije	<input type="checkbox"/> DA <input checked="" type="checkbox"/> NE		
Opterećenje	30	P	15	S	-	V	Mrežne stranice kolegija		<input checked="" type="checkbox"/> DA <input type="checkbox"/> NE		
Mjesto i vrijeme izvođenja nastave	Predavanja iz predmeta se spajaju s predmetom Marketing na Odjelu za turizam i komunikacijske znanosti				Jezik/jezici na kojima se izvodi kolegij			Hrvatski			
Početak nastave	1.10.2023.				Završetak nastave			26.1.2024.			
Preduvjeti za upis	Odslušan predmet Osnove ekonomije										
Nositelj kolegija	doc. dr. sc. Gabrijele Vidić										
E-mail	gvidic@unizd.hr					Konzultacije	http://www.unizd.hr/tikz/kontakti-odjela-i-nastavnika/kontakti-nastavnika-i-termini-konzultacija				
Izvođač kolegija	doc. dr. sc. Gabrijele Vidić										
E-mail	gvidic@unizd.hr					Konzultacije	http://www.unizd.hr/tikz/kontakti-odjela-i-nastavnika/kontakti-nastavnika-i-termini-konzultacija				
Suradnici na kolegiju	Novi naslovni asistenti										
E-mail						Konzultacije					
Vrste izvođenja nastave	<input checked="" type="checkbox"/> predavanja		<input checked="" type="checkbox"/> seminari i radionice		<input type="checkbox"/> vježbe		<input checked="" type="checkbox"/> obrazovanje na daljinu		<input type="checkbox"/> terenska nastava		
	<input checked="" type="checkbox"/> samostalni zadaci		<input checked="" type="checkbox"/> multimedija i mreža		<input type="checkbox"/> laboratorij		<input type="checkbox"/> mentorski rad		<input type="checkbox"/> ostalo		
Ishodi učenja kolegija	<ol style="list-style-type: none">1. Primijeniti suvremene marketinške koncepte u poduzetničkom okruženju.2. Oblikovati smjernice za izradu strateškog i operativnog marketinškog plana organizacije.3. Vrednovati tradicionalne i digitalne marketinške i komunikacijske strategije i odabrati optimalnu.4. Kritički prosuditi utjecaj marketinških aktivnosti na poslovanje i razvoj organizacije.5. Analizirati utjecaj internih i eksternih čimbenika na poslovanje organizacije.6. Preispitati i prezentirati odrednice suvremenih poslovnih procesa.										
Ishodi učenja na razini programa	<ol style="list-style-type: none">7. Prepoznati i komercijalizirati poslovne prilike.8. Aktivno sudjelovati u poslovnim procesima.9. Vrednovati različite poslovne strategije te argumentirano odabrati optimalnu strategiju.										

¹ Riječi i pojmovni sklopovi u ovom obrascu koji imaju rodno značenje odnose se na jednak način na muški i ženski rod.



	10. Primijeniti suvremene marketinške koncepte u poduzetničkom okruženju. 11. Raditi i komunicirati u interdisciplinarnom timu.				
Načini praćenja studenata	<input checked="" type="checkbox"/> pohađanje nastave	<input checked="" type="checkbox"/> priprema za nastavu	<input type="checkbox"/> domaće zadaće	<input checked="" type="checkbox"/> kontinuirana evaluacija	<input type="checkbox"/> istraživanje
	<input type="checkbox"/> praktični rad	<input type="checkbox"/> eksperimentalni i rad	<input type="checkbox"/> izlaganje	<input checked="" type="checkbox"/> projekt	<input type="checkbox"/> seminar
	<input checked="" type="checkbox"/> kolokvij(i)	<input checked="" type="checkbox"/> pismeni ispit	<input checked="" type="checkbox"/> usmeni ispit	<input type="checkbox"/> ostalo:	
Uvjeti pristupanja ispitu	<p>Redoviti studenti dužni su aktivno sudjelovati na ukupno 70% predavanja i seminara te izraditi, na vrijeme predati i obraniti pozitivno ocijenjen pisani projektni zadatak koji uključuje elemente istraživačkoga rada, kao i druge obveze zadane u okviru kolegija.</p> <p>Izvanredni studenti dužni su sudjelovati na ukupno 30% predavanja i/ili seminara i/ili konzultacija seminara te izraditi, na vrijeme predati i obraniti pozitivno ocijenjen pisani projektni zadatak koji uključuje elemente istraživačkoga rada, kao i druge obveze zadane u okviru kolegija.</p> <p>Sve propisane obveze moraju biti izvršene do kraja ciklusa predavanja/seminara jer se time stječe pravo izlaska na završni pismeni ispit. Studenti koji ne izvrše sve obveze, nemaju pravo izlaska na završni pismeni ispit. Obrasci evidencije nazočnosti studenata na nastavi (1 i 2) temelj su za utvrđivanje sudjelovanja na nastavi.</p> <p>Studenti tijekom semestra mogu izići na četiri kolokvija, čime se mogu osloboditi završnoga pismenog ispita. Studenti su oslobođeni završnoga pismenog ispita samo ako polože sve kolokvije i ako su zadovoljni konačnom ocjenom, u suprotnome studenti izlaze na završni pismeni ispit. Završni ispit obuhvaća cjelokupno gradivo kolegija.</p>				
Ispitni rokovi	<input checked="" type="checkbox"/> zimski ispitni rok		<input type="checkbox"/> ljetni ispitni rok		<input checked="" type="checkbox"/> jesenski ispitni rok
Termini ispitnih rokova	https://tikz.unizd.hr/ispitni-rokovi				
Opis kolegija	Cilj ovog predmeta je pružiti studentima opća znanja iz područja marketinga koje predstavlja jednu od temeljnih poslovnih disciplina, kako bi u budućem radu znali pronaći učinkovita sredstva i metode za zadovoljenje potreba potrošača uz profitabilno poslovanje tvrtke /institucije u kojoj su zaposleni. Jednaka pažnja u kolegiju posvećivat će se profitnim i neprofitnim organizacijama. Studentima će biti upoznati s načinima upravljanja organizacijama i procesima u njima.				
Sadržaj kolegija (nastavne teme)	<ol style="list-style-type: none">1. <i>Uvodno predavanje, podjela grupnih zadataka</i>2. <i>Pojmovno određenje marketinga</i>3. <i>Istraživanje tržišta</i>4. <i>Ponašanje potrošača</i>5. <i>STP</i>6. <i>Strategije marketinga</i>7. <i>Proizvod</i>8. <i>Usluga</i>9. <i>Cijena</i>10. <i>Distribucija</i>11. <i>Promocija</i>12. <i>Digitalni marketing</i>13. <i>Specifične primjene marketinga u neprofitnim organizacijama</i>14. <i>Specifične primjene marketinga u profitnim organizacijama</i>15. <i>Tematska evaluacijska radionica</i>				
Obvezna literatura	Materijali postavljeni na e-učenje <ol style="list-style-type: none">1. Vranešević, T. (ur.) i dr.: Osnove marketinga. Ekonomski fakultet, Zagreb, 2021. - odabrana poglavlja2. Nastavni materijali se distribuiraju putem sustava za učenje na daljinu Merlin. <i>OVISNO O STRUKTURI UPISANIH STUDENATA PRILAGODIT ĆE SE ISPITNA LITERATURA PREMA PROFITNIM/NEPROFITNIM ORGANIZACIJAMA</i>				
Dodatna literatura	<ol style="list-style-type: none">3. Pavičić, J., Alfirević, N., Aleksić, Lj., Mihanović, Z.; Matković, J.: Marketing i menadžment u kulturi i umjetnosti, Masmmedia, Zagreb, 2006.4. Kotler, P., Keller, K. & Martinović, M.: Upravljanje marketingom, 14. izdanje. Mate d.o.o., Zagreb, 2014.5. Previšić, J.; Ozretić Došen, Đ.: Osnove marketinga, Adverta, Zagreb, 2008.				
Mrežni izvori	https://moodle.srce.hr/				
	Samo završni ispit				



Provjera ishoda učenja (prema uputama AZVO)	<input type="checkbox"/> završni pismeni ispit		<input type="checkbox"/> završni usmeni ispit		<input checked="" type="checkbox"/> pismeni i usmeni završni ispit		<input type="checkbox"/> praktični rad i završni ispit	
	<input type="checkbox"/> samo kolokvij/zadac e	<input type="checkbox"/> kolokvij / zadaća i završni ispit	<input checked="" type="checkbox"/> seminarski rad	<input type="checkbox"/> seminarski rad i završni ispit	<input type="checkbox"/> praktični rad	<input type="checkbox"/> drugi oblici predaja i obrana projekta		
Način formiranja završne ocjene (%)	30% se ostvaruje kroz aktivno sudjelovanje na nastavi, 30% čini timski projektni zadatak, 30% kroz pismeni ispit koji se izjednačuje i s polaganjem 4 kolokvija, te 10% se ostvaruje kroz usmeni ispiti. Svi elementi moraju biti pozitivno ocijenjeni.							
Ocjenjivanje kolokvija i završnog ispita (%)	0-59	% nedovoljan (1)						
	60-69	% dovoljan (2)						
	70-79	% dobar (3)						
	80-89	% vrlo dobar (4)						
	90-100	% izvrstan (5)						
Način praćenja kvalitete	<input checked="" type="checkbox"/> studentska evaluacija nastave na razini Sveučilišta <input type="checkbox"/> studentska evaluacija nastave na razini sastavnice <input type="checkbox"/> interna evaluacija nastave <input checked="" type="checkbox"/> tematske sjednice stručnih vijeća sastavnica o kvaliteti nastave i rezultatima studentske ankete <input type="checkbox"/> ostalo							
Napomena / Ostalo	<p>Sukladno čl. 6. <i>Etičkog kodeksa</i> Odbora za etiku u znanosti i visokom obrazovanju, „od studenta se očekuje da pošteno i etično ispunjava svoje obveze, da mu je temeljni cilj akademska izvrsnost, da se ponaša civilizirano, s poštovanjem i bez predrasuda“.</p> <p>Prema čl. 14. <i>Etičkog kodeksa</i> Sveučilišta u Zadru, od studenata se očekuje „odgovorno i savjesno ispunjavanje obveza. [...] Dužnost je studenata/studentica čuvati ugled i dostojanstvo svih članova/članica sveučilišne zajednice i Sveučilišta u Zadru u cjelini, promovirati moralne i akademske vrijednosti i načela. [...]</p> <p>Etički je nedopušten svaki čin koji predstavlja povredu akademskog poštenja. To uključuje, ali se ne ograničava samo na:</p> <ul style="list-style-type: none">- razne oblike prijevare kao što su uporaba ili posjedovanje knjiga, bilježaka, podataka, elektroničkih naprava ili drugih pomagala za vrijeme ispita, osim u slučajevima kada je to izrijeком dopušteno;- razne oblike krivotvorenja kao što su uporaba ili posjedovanje neautorizirana materijala tijekom ispita; lažno predstavljanje i nazočnost ispitima u ime drugih studenata; lažiranje dokumenata u vezi sa studijima; falsificiranje potpisa i ocjena; krivotvorenje rezultata ispita“. <p>Svi oblici neetičnog ponašanja rezultiraju će negativnom ocjenom u kolegiju bez mogućnosti nadoknade ili popravka. U slučaju težih povreda primjenjuje se <u>Pravilnik o stegovnoj odgovornosti studenata/studentica Sveučilišta u Zadru</u>.</p> <p>U elektroničkoj komunikaciji bit će odgovarano samo na poruke koje dolaze s poznatih adresa s imenom i prezimenom, te koje su napisane hrvatskim standardom i primjerenim akademskim stilom.</p> <p>U kolegiju se koristi Merlin, sustav za e-učenje, pa su studentima potrebni AAI računali.</p>							