

OPIS KOLEGIJA

OPĆE INFORMACIJE		
Nositelj kolegija	Doc. dr. sc. Natalia Tutek	
Naziv kolegija	Marketinško upravljanje i primjena	
Studijski program	Stručni diplomski studij - Poslovno upravljanje - MBA	
Status kolegija	Obvezni	
Šifra	MBA-MUP-18	
Godina	1. godina	
Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave	ECTS koeficijent opterećenja studenata	7
	Broj sati (P+V+S)	42+14

OPIS KOLEGIJA
<i>1.1. Ciljevi kolegija</i>
Cilj kolegija je edukacijom i aktivnim uključivanjem studenata u rad, pripremiti studente za konkretne poslovne zadatke s kojima će se susresti u korporativnom upravljanju i radu u gospodarskim subjektima. Poseban naglasak se stavlja na praktična znanja iz marketinga, posebice u složenom konkurentnom okruženju kao i praktična primjena marketinškog miksa. Iz tih razloga u nastavi ovog predmeta naglasak je stavljen na praktični rad.
<i>1.2. Uvjeti za upis kolegija</i>
Upisan stručni diplomski studij
<i>1.3. Očekivani ishodi učenja za kolegij</i>
Ishodi učenja označavaju znanja, vještine i kompetencije koje je student stekao izvršavanjem obaveza i polaganjem ispita iz predmeta Marketinško upravljanje i primjena, što znači da su studenti u stanju:

- I1 Objasniti ulogu marketinga u stratezijskom planiranju poslovanja
- I2 Analizirati elemente marketinškog spleta i temeljna načela marketinške koncepcije
- I3 Prosuditi utjecaj tržišta na poslovanje poduzeća
- I4 Usporediti alternativne načine prilagodbe tržišnim promjenama
- I5 Planirati marketinške aktivnosti
- I6 Preporučiti strategije za konkretne marketinške probleme

1.4. Sadržaj kolegija

Naziv cjeline	Tjedan	Naziv teme / Literatura	Broj sati	Ishod učenja
UVOD U MARKETING	1	OSNOVE MARKETINGA	1	I1
	1	MIKRO I MAKROMARKETING	1	I1
	2	MARKETING KAO PROCES	2	I1
FINANCIJSKE INSTITUCIJE	3	PRIMARNO I SEKUNDARNO FINANCIJSKO TRŽIŠTE	1	I2
	3	FINANCIJSKE INSTITUCIJE	1	I2
	4	BANKA	2	I2
MARKETINGŠKI MIKS	5	4P, 7P	2	I3
	6	MARKA	1	I3
	6	INTERNI MARKETING	1	I3
MARKETING USLUGA	9	DEFINIRANJE USLUGA	1	I4
	9	USLUGA VS PROIZVOD	1	I4
	10	SPECIFIČNOSTI USLUGA	2	I4
MARKETINGŠKA KOMUNIKACIJA	11	MODEL KOMUNIKACIJE	1	I5

	11	OGLAŠAVANJE	1	I5
	12	ODNOSI S JAVNOŠĆU I PUBLICITET	1	I5
	12	OSOBN A PRODAJA	1	I5
MARKETING BANAKA	13	TRADICIONALNO I MODERNO BANKARSTVO	1	I6
	13	IZAZOVI BANAKA	1	I6

1.5. Vrste izvođenja nastave (staviti X)	☒ predavanja	☒ samostalni zadaci
	☐ seminari i radionice	☐ multimedija i mreža
	☒ vježbe	☐ laboratorij
	☐ obrazovanje na daljinu	☐ mentorski rad
	☐ terenska nastava	☐ ostalo _____

1.6. Obveze studenata

Obveze studenata detaljno su propisane Statutom, Pravilnikom o studiranju te Uputama o obvezama studenata. Ključne obveze studenata su:

DOLAZNOST NA NASTAVU: studenti imaju obavezu pohađati nastavu, aktivno pratiti predavanja i vježbe te konstruktivno sudjelovati u nastavi, a za stjecanje prava izlaska na ispit potrebno je prisustvovati na nastavi u postocima propisanim Pravilnikom o studiranju. Za svakog studenta bilježi se njegova prisutnost na nastavi kroz sustav digitalne referade Infoeduka. Minimalne obveze su;

- Redovni studenti trebaju prisustvovati na barem 70% od ukupnog broja sati nastave da bi ostvarili pravo na potpis.
- Izvanredni studenti trebaju prisustvovati na barem 50% od ukupnog broja sati nastave da bi ostvarili pravo na potpis.

POLAGANJE ISPITA: za ostvarivanje pozitivne ocjene iz predmeta potrebno je ostvariti najmanje 54 boda iz nastavnog predmeta, ali i najmanje 50% bodova po svakom ishodu učenja. Detaljnije je način polaganja ispita opisan u točki Ocjenjivanje i vrednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu.

***ZAVRŠNI ISPIT –** student koji tijekom kontinuirane provjere znanja nije ostvario uvjete za prolaz ispita (ostvario ukupno najmanje 54 boda iz predmeta i zadovoljio donji bodovni prag usvojenosti svakog ishoda učenja tj. minimalno 50% bodova svakog ishoda učenja), na završnom ispitu može polagati ishode učenja predmeta.

INDIVIDUALNI PROJEKT: student je obvezan sudjelovati u individualnom projektu kojim se provjerava praktična primjena znanja.

1.7. Praćenje rada studenata (dodati X uz odgovarajući oblik praćenja)

Pohađanje nastave	x	Aktivnost u nastavi		Seminarski rad		Eksperimentalni rad	
Pismeni ispit	x	Usmeni ispit		Esej		Istraživanje	
Projekt	x	Kontinuirana provjera znanja		Referat		Praktični rad	
Portfolio							

1.8. Ocjenjivanje i vrednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu

Ocjenjivanje i vrednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu provodi se temeljem Pravilnika o studiranju EFFECTUS veleučilišta.

Povezivanje ishoda učenja, nastavnih metoda i procjena ishoda učenja izvodi se na sljedeći način:

	Pohađanje nastave	Pisani ispit	Projekt	Praktični rad	Ukupno
I1		16			16
I2		16			16
I3		16			16
I4			16		16

15			16		16
16			16		16
IZVAN ISHODA	4				4
UKUPNO	4	48	48		100

	OBLICI PRAĆENJA	NAZIV ISHODA UČENJA	NASTAVNA METODA	METODA PROCJENE ZNANJE	Maksimalni broj ocjenskih bodova
	Pisani ispit	ISHOD 1 Objasniti ulogu marketinga u strategijskom planiranju poslovanja	predavanje	Ispit u obliku eseja na zadanu temu: pitanjima esejskog tipa provjerava se usvojenost teorijskih koncepata marketinga	64
			rasprava		
			otvorena pitanja		
		ISHOD 2 Analizirati elemente marketinškog spleta i temeljna načela marketinške koncepcije	predavanje		
			rasprava		
			otvorena pitanja		
		ISHOD 3 Prosuditi utjecaj tržišta na poslovanje poduzeća	predavanje		
			rasprava		
			otvorena pitanja		
	Projekt	ISHOD 4 Usporediti alternativne načine prilagodbe tržišnim promjenama	rasprava		
			otvorena pitanja		
		ISHOD 5 Planirati marketinške	rasprava	Individualni projekt: projekt provjerava praktičnu primjenu znanja	16

		<i>aktivnosti</i>	<i>otvorena pitanja</i>	<i>i razumijevanja</i>	
<i>Projekt</i>	<i>ISHOD 6</i> <i>Preporučiti strategije za konkretne marketinške probleme</i>	<i>rasprava</i>	<i>Individualni projekt: projekt provjerava praktičnu primjenu znanja i razumijevanja</i>	<i>16</i>	
		<i>otvorena pitanja</i>			
<i>Pohađanje nastave</i>	<i>Svi ishodi</i>	<i>Predavanja i vježbe</i>	<i>Evidencija prisutnosti na nastavi</i>	<i>4</i>	
<i>UKUPNO BODOVA</i>				<i>100</i>	

<i>Vrsta studentskog opterećenja</i>	<i>Sati studentskog opterećenja</i>	<i>ECTS bodovi</i>
Pohađanje kontaktne nastave	56	1,8
Terenska nastava/posjete izvan učilišta	0	0
Samostalno proučavanje/istraživanje	33	1,1
Izvanučionička priprema i izrada seminara/prezentacije	33	1,1
Rad na izvanučioničkom projektnom zadatku	0	0
Samostalna priprema za ispite i ispitno vrijeme	60	2
Konzultacijske aktivnosti	30	1
Ostalo	0	0
UKUPNO ECTS bodova	210	7

OCJENJIVANJE:

Za ostvarivanje pozitivne ocjene iz predmeta student mora kumulativno ispuniti dva uvjeta: ostvariti ukupno najmanje 54 (pedesetčetiri) boda iz predmeta i zadovoljiti donji bodovni prag usvojenosti svakog pojedinog ishoda učenja koji iznosi 50% ukupnih bodova ishoda učenja.

Ocjene se računaju temeljem sljedeće distribucije bodova:

<i>BROJ BODOVA</i>	<i>OCJENA</i>
<i>0,00 – 53,90</i>	<i>Nedovoljan (1)</i>
<i>54,00 – 64,90</i>	<i>Dovoljan (2)</i>

65,00 – 79,90	Dobar (3)
80,00 – 89,90	Vrlo dobar (4)
90,00 i više	Izvrstan (5)

Ocjenjivanje se izvodi na transparentan način prikupljanjem bodova. Predmet se vrednuje s 100,00 bodova (uz mogućnost ostvarivanja dodatnih 8 bodova na Challenge ishodu učenja).

CHALLENGE ISHOD UČENJA - student kroz Challenge ishod učenja ima mogućnost ostvariti dodatnih najviše 8 bodova; student samostalno odabire neku od aktivnosti koje su predložene na prvom satu nastave, a ima mogućnost i samostalno predložiti aktivnost kojom želi povećati broj bodova te ih, uz suglasnost nositelja predmeta, ostvaruje prema kriterijima nastavnog predmeta. Bodovi za Challenge ishod učenja ne raspoređuju se po ishodima učenja nego ostvareni broj čini dodatni broj bodova na ukupan broj bodova ostvaren prema ishodima učenja.

Prije pristupanja završnom pisanom ispitu svaki student mora ispuniti propisane uvjete, a to prvenstveno znači da je pohađao % nastave određen Pravilnikom o studiranju i da je dobio elektronski šifriranu dozvolu za pristupanje ispitu.

1.9. Obvezna literatura i broj primjeraka u odnosu na broj studenata koji trenutačno pohađaju nastavu na kolegiju

Naslov	Broj primjeraka	Broj studenata
Interni materijali - prezentacije	-	-
Najdanović, Tutek: Marketinško upravljanje i primjena, udžbenik/skripta, 2018.	5* *studenti obveznu literaturu dobivaju u trajno vlasništvo	60

1.10. Dopunska literatura

Vranešević, Tihomir; Došen Ozretić, Đurđana; Pavičić, Jurica; i ostali autori (2021), Osnove marketinga, Zagreb

1.11. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija

- obrada i analiza rezultata ispita,
- provođenje ankete među studentima,

- *evaluacije i samoevaluacije nastavnika,*
- *postignuti rezultati, stupanj razumijevanja i znanja tijekom izrade projekta,*
- *postignuti rezultati i stupanj znanja prikazan tijekom izrade i obrane završnog rada (studenata koji odaberu diplomski rad iz ovog predmeta),*
- *analiza izvješća voditelja centra kvalitete te*
- *povratna informacija od strane studenata koji su već diplomirali o korisnosti sadržaja ovog predmeta u obavljanju poslova kojim se bave.*