

Ekonomski fakultet / POSLOVNA EKONOMIJA / MEĐUNARODNI MARKETING

Naziv predmeta:	MEĐUNARODNI MARKETING			
Šifra predmeta	Status predmeta	Semestar	Broj ECTS kredita	Fond časova (P+V+L)
12443	Obavezan	3	7	4+2+0
Studijski programi za koje se organizuje	POSLOVNA EKONOMIJA			
Uslovljenost drugim predmetima	-			
Ciljevi izučavanja predmeta	Ovladavanje studenata principima, logikom i vještinama međunarodnog marketinga, odnosno nastojanje da se studenti osposobe da na bazi stečenih znanja i vještina primjene marketing koncept u međunarodnom okruženju.			
Ishodi učenja	Studenti će nakon polaganja ovog predmeta biti u prilici da: - dekomponuju proces međunarodnog marketing menadžmenta ; - analizom strateških ciljeva nastupa na međunarodnom tržištu i međunarodnog biznis okruženja razvije međunarodnu marketing strategiju i razvojne strategijske alternative za implementaciju ciljeva, - analizira različite aspekte međunarodnog marketinga uključujući i njegove specifičnosti i razliku u odnosu na marketing usmjeren ka lokalnom tržištu. - da sagleda ulogu koju međunarodni marketing ima u procesu internacionalizacije poslovanja;			
Ime i prezime nastavnika i saradnika	Prof. dr Milorad Jovović, Mr Nikola Mišnić			
Metod nastave i savladanja gradiva				
Plan i program rada				
Pripremne nedjelje	Priprema i upis semestra			
I nedjelja, pred.	Uvod u Međunarodni marketing			
I nedjelja, vježbe				
II nedjelja, pred.	Dinamika međunarodnog okruženja i trgovine			
II nedjelja, vježbe				
III nedjelja, pred.	Kulturološko okruženje globalnih tržišta			
III nedjelja, vježbe				
IV nedjelja, pred.	Kultura i upravljanje međunarodnim marketingom			
IV nedjelja, vježbe				
V nedjelja, pred.	Političko i pravno okruženje međunarodnog marketinga			
V nedjelja, vježbe				
VI nedjelja, pred.	Razvoj vizije za nastup na međunarodnom tržištu			
VI nedjelja, vježbe				
VII nedjelja, pred.	Istraživanja za nastup na međunarodnom tržištu			
VII nedjelja, vježbe				
VIII nedjelja, pred.	Strategijski model selekcije i izbora inostranih tržišta			
VIII nedjelja, vježbe				
IX nedjelja, pred.	Razvoj proizvoda i usluga za finalne potrošače			
IX nedjelja, vježbe				
X nedjelja, pred.	Razvoj proizvoda i usluga za poslovne kupce			
X nedjelja, vježbe				
XI nedjelja, pred.	Međunarodni marketing kanali			
XI nedjelja, vježbe				
XII nedjelja, pred.	Međunarodne marketing komunikacije			
XII nedjelja, vježbe				
XIII nedjelja, pred.	Određivanje cijene za nastup na stranom tržištu			

XIII nedjelja, vježbe						
XIV nedjelja, pred.	Specifičnosti Međunarodnog marketinga usluga					
XIV nedjelja, vježbe						
XV nedjelja, pred.	Međunarodni niske marketing					
XV nedjelja, vježbe						
Opterećenje studenta	Nedjeljno 7 kredita x 40/30 = 9 sati 20 minuta Struktura: 2 sata i 15 minuta za predavanja 1 sat i 30 minuta za vježbe 5 sati i 35 minuta samostalnog rada studenta, uključujući i konsultacije					
Nedjeljno	U toku semestra					
7 kredita x 40/30=9 sati i 20 minuta 4 sat(a) teorijskog predavanja 0 sat(a) praktičnog predavanja 2 vježbi 3 sat(a) i 20 minuta samostalnog rada, uključujući i konsultacije	Nastava i završni ispit: 9 sati i 20 minuta x 16 =149 sati i 20 minuta Neophodna priprema prije početka semestra (administracija, upis, ovjera): 9 sati i 20 minuta x 2 =18 sati i 40 minuta Ukupno opterećenje za predmet: 7 x 30=210 sati Dopunski rad za pripremu ispita u popravnom ispitnom roku, uključujući i polaganje popravnog ispita od 0 do 30 sati (preostalo vrijeme od prve dvije stavke do ukupnog opterećenja za predmet) 42 sati i 0 minuta Struktura opterećenja: 149 sati i 20 minuta (nastava), 18 sati i 40 minuta (priprema), 42 sati i 0 minuta (dopunski rad)					
Obaveze studenta u toku nastave	Studenti su obavezni da redovno prate nastavu. Pored toga, imaju mogućnost da rade planirane kolokvijume i testove.					
Konsultacije						
Literatura	P. Cateora, R. Money, M. Gilly, J. Graham: International Marketing, McGraw Hill, 2020. B. Rakita: Međunarodni marketing, CID Ekonomskog fakulteta u Beogradu, 2009.					
Oblici provjere znanja i ocjenjivanje	Aktivnosti na časovima; Kolokvijum; Završni ispit					
Posebne naznake za predmet	-					
Napomena	-					
Ocjena:	F	E	D	C	B	A
Broj poena	manje od 50 poena	više ili jednako 50 poena i manje od 60 poena	više ili jednako 60 poena i manje od 70 poena	više ili jednako 70 poena i manje od 80 poena	više ili jednako 80 poena i manje od 90 poena	više ili jednako 90 poena