

Pomorski fakultet Kotor / MENADŽMENT U POMORSTVU I LOGISTIKA / Međunarodni marketing

Naziv predmeta:	Međunarodni marketing			
Šifra predmeta	Status predmeta	Semestar	Broj ECTS kredita	Fond časova (P+V+L)
10862				
Studijski programi za koje se organizuje	MENADŽMENT U POMORSTVU I LOGISTIKA			
Uslovljenost drugim predmetima				
Ciljevi izučavanja predmeta	Cilj je da studenti steknu znanja iz međunarodnog marketinga kao nauke koja se bavi proučavanjem dizajna i razvoja proizvoda, odlučivanjem o cijenama, promotivnim aktivnostima i uslugama individualnim i poslovnim klijentima koji se nalaze i posluju u više zemalja, kao i da budu u stanju da identifikuju tržišne prilike u međunarodnom okruženju, načine izbora međunarodnih tržišta, kao i ulaska na novo tržište i razvoj strategije, a sve na globalnoj bazi. Neizvjesnost i kompleksnost pomorskog međunarodnog/globalnog okruženja su njegove dominantne karakteristike, što podrazumijeva da će studenti nakog uspješno položenog ispita biti u stanju da razumiju kako funkcionise međunarodni marketing u datom okruženju.			
Ishodi učenja	Svrha ovog predmeta je: a) upoznati studente na ekonomskim, političkim i društveno-kulturološkim razlikama među narodima, b) objasniti značaj međunarodne trgovine, analizirati međunarodno poslovanje i marketing, c) opisati ulogu marketing profesionalaca u međunarodnom poslovanju, d) dati doprinos boljem razumijevanju marketinških aktivnosti u međunarodnom ili globalnom, za razliku od domaćeg okruženja i njegovih postavki, i e) dubinski analizirati različite strategije za ulazak na međunarodna tržišta i kriterijume za izbor između alternativa. Na osnovu navedenog, očekivani ishodi učenja su da će studenti moći: 1. Shvatiti vezu između međunarodne trgovine i marketinga, 2. Izvršiti analizu strategija ulaska na međunarodno tržište i obrazložiti preporuke, 3. Kao međunarodni marketing menadžeri suočiti se sa marketinškim izazovima rada u međunarodnoj (globalnoj) pomorskoj kompaniji, 4. Razviti sposobnost da analiziraju, kreiraju i sprovode odgovarajuće strategije na međunarodnim tržištima pod uslovima nesigurnosti pomorskih tržišta i finansijskih ograničenja.			
Ime i prezime nastavnika i saradnika	Doc. dr Senka Šekularac-Ivošević			
Metod nastave i savladanja gradiva	Predavanja, debate, Case Study, konsultacije, seminarski radovi.			
Plan i program rada				
Pripremne nedjelje	Priprema i upis semestra			
I nedjelja, pred.	Uvod u međunarodnu trgovinu.			
I nedjelja, vježbe				
II nedjelja, pred.	Značaj međunarodne trgovine. Tipovi međunarodne trgovine.			
II nedjelja, vježbe				
III nedjelja, pred.	Makro – ekonomsko okruženje.			
III nedjelja, vježbe				
IV nedjelja, pred.	Socio-kulturološki elementi svjetskog tržišnog okruženja.			
IV nedjelja, vježbe				
V nedjelja, pred.	Političko okruženje i pravne dimenzije.			
V nedjelja, vježbe				
VI nedjelja, pred.	Tehnološko okruženje. Kolokvijum I			
VI nedjelja, vježbe				
VII nedjelja, pred.	Globalni marketing menadžment: Planiranje i organizacija. Popravlak I kolokvijuma			
VII nedjelja, vježbe				
VIII nedjelja, pred.	MIS i istraživanje globalnog tržišta.			
VIII nedjelja, vježbe				
IX nedjelja, pred.	Kriterijumi za izbor međunarodnog i globalnog tržišta. Strategijske alternative za ulazak na međunarodno i globalno tržište. Segmentacija, targetiranje, pozicioniranje.			

IX nedjelja, vježbe	
X nedjelja, pred.	Karakteristike regionalnog tržišta, konkurencija.
X nedjelja, vježbe	
XI nedjelja, pred.	Marketing miks za međunarodno i globalno tržište. Odlučivanje o proizvodu.
XI nedjelja, vježbe	
XII nedjelja, pred.	Odlučivanje o cijenama.
XII nedjelja, vježbe	
XIII nedjelja, pred.	Odlučivanje o kanalima marketinga, međunarodna distribucija.
XIII nedjelja, vježbe	
XIV nedjelja, pred.	Međunarodne marketing komunikacije, strategije i promotivni alati. Kolokvijum II
XIV nedjelja, vježbe	
XV nedjelja, pred.	Međunarodna kolaboracija. Različite forme kolaboracije. Popravak II kolokvijuma
XV nedjelja, vježbe	
Opterećenje studenta	Nedjeljno - 8 kredita x 40/30 = 10 sati i 40 minuta. Struktura: 3 sata predavanja 1 sata vježbi 6 sati i 40 minuta individualnog rada studenta (priprema za vježbe, za kolokvijume, izrada seminarskih radova) uključujući i konsultacije. U semestru - Nastava i završni ispit: (10 sati i 40 minuta) x 16 = 170 sati i 40 minuta. Neophodna priprema prije početka semestra (administracija, upis, ovjera): 2 x (10 sati i 40 minuta) = 21 sati i 20 minuta. Ukupno opterećenje za predmet: 8 x 30 = 240 sati . Dopunski rad za pripremu ispita u popravnom ispitnom roku, uključujući i polaganje popravnog ispita od 0 - 30 sati. Struktura opterećenja: 170 sati i 40 minuta (nastava) + 21 sati i 20 minuta (priprema) + 30 sati (dopunski rad).
Nedjeljno	U toku semestra
kredita x 40/30=0 sati i 0 minuta 0 sat(a) teorijskog predavanja 0 sat(a) praktičnog predavanja 0 vježbi 0 sat(a) i 0 minuta samostalnog rada, uključujući i konsultacije	Nastava i završni ispit: 0 sati i 0 minuta x 16 =0 sati i 0 minuta Neophodna priprema prije početka semestra (administracija, upis, ovjera): 0 sati i 0 minuta x 2 =0 sati i 0 minuta Ukupno opterećenje za predmet: x 30=0 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) 0 sati i 0 minuta Struktura opterećenja: 0 sati i 0 minuta (nastava), 0 sati i 0 minuta (priprema), 0 sati i 0 minuta (dopunski rad)
Obaveze studenta u toku nastave	Studenti su u obavezi da pohađaju nastavu, polažu kolokvijume, urade seminarski rad i završni ispit.
Konsultacije	
Literatura	1. Keegan, W.J. (1989). Global Marketing Management. Prentice-Hall (4th Edition). 2. Graham, J., Gilly, M.C., Cateora, P.R. (2008). International Marketing. The USA. McGraw Hill, Irwin. 3. Keegan, W.J., Green, M. (2010). Global Marketing, 6th Global Edition. USA: Pearson Higher Education.
Oblici provjere znanja i ocjenjivanje	1. Kolokvijum I, od 0 do 25 bodova; 2. Kolokvijum II, od 0 do 25 bodova; 3. Uspješno urađen seminarski rad, od 0 do 10 bodova; 4. Prisutnost predavanjima/vježbama do 5 bodova; 5. Završni ispit, od 0 do 35 bodova. Student je položio ispit ukoliko u toku semestra sakupi najmanje 50 bodova.
Posebne naznake za predmet	
Napomena	Utorkom, 12:00-14:00h
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