

Šifra predmeta: MAR503	Naziv predmeta: MARKETING NEPROFITNIH ORGANIZACIJA		
Nivo: II ciklus studija	Godina: II	Semestar: III	Broj ECTS kredita: 6
Status: izborni			Ukupan broj sati: 30
1. CILJ PREDMETA	- Upoznavanje studenata sa ulogom i mjestom neprofitnih organizacija u društvu i ekonomiji i načinom kako one zadovoljavaju potrebe ciljnih grupa - Stjecanje znanja i vještina strateškog upravljanja marketingom NPO i pripremom planova marketinga za NPO		
1.1. Osnovne tematske jedinice	- Razvoj marketinga u neprofitnim organizacijama - Strateško planiranje marketinga u neprofitnim organizacijama - Informaciona podrška odlučivanju u neprofitnim organizacijama - Segmentiranje, pozicioniranje i brending u neprofitnih organizacijama - Podrška marketinga financiranju neprofitnih organizacija - Upravljanje ponudom neprofitnih organizacija - Upravljanje cijenama i distribucijom u neprofitnim organizacijama - Upravljanje integriranim marketinškim komuniciranjem neprofitnih organizacija - Kontrola marketinga u neprofitnim organizacijama - Društveni marketing		
1.2. Rezultati učenja	Nakon što polože ovaj predmet studenti će biti u stanju da razumiju ulogu neprofitnih organizacija u društvu i ekonomiji, da ovladaju procesom strateškog planiranja i pripreme planova marketinga neprofitnih organizacija.		
2. NAČIN ORGANIZACIJE NASTAVE			
Opis aktivnosti (%)			
2.1. Način izvođenja nastave	- ex katedra - prezentacije - gosti predavači - vježbe		40% 10% 10% 40%
Učešće u ocjeni (%)			
2.2. Sistem ocjenjivanja	- test - prezentacija - projekat		40% 20% 40%
3. LITERATURA	- Alan R. Andreasen, Philip Kotler: Strategic Marketing for Nonprofit Organizations, Pearson – Prentice Hall, Pearson Education International, 2003. - Marcel Meler: Neprofitni marketing, Ekonomski fakultet Osijek, 2003. - Jurica Pavičić: Strategija marketinga neprofitnih organizacija, Masmedia, Zagreb, 2003.		