

Šifra: MAR408		Naziv predmeta: GLOBALNI MARKETING	
Nivo: II ciklus studija	Godina: I	Semestar: I	Broj ECTS kredita: 6
Status: obavezni			Ukupan broj sati: 30
1. CILJ PREDMETA	- Sticanje znanja i vještina o načinima kreiranja i implementacije koncepta međunarodnog marketinga u uvjetima globalnog tržišta - Razvijanje sposobnosti planiranja i izrade planova međunarodnog marketinga za određena tržišta i proizvode		
1.1. Osnovne tematske jedinice	- Globalizacija tržišta - Okvir globalnog marketinga – koncepcije marketinga u globalom okruženju - Istraživanja globalnog marketinga - Ekonomsko okruženje globalnog marketinga - Kulturološko okruženje globalnog marketinga - Političko-pravno okruženje globalnog marketinga - Strategije ulaska na globalno tržište – izvoz i prenos proizvodnje - Strategije ulaska na globalno tržište putem direktnog investiranja - Segmentacija, izbor ciljnih segmenata i pozicioniranje na globalnom tržištu - Marketing mix za globalno tržište - Planiranje globalnog marketinga		
1.2. Rezultati učenja	Nakon što polože ovaj predmet studenti će biti u stanju da razumiju na koji način globalno i regionalno tržište stvaraju prilike za rast međunarodno orijentiranih kompanija i kako razvijati i implementirati koncept međunarodnog marketinga na takvim tržištima. Također, ovladat će znanjima i vještinama međunarodnog marketing planiranja i izrade planova međunarodnog marketinga.		
2. NAČIN ORGANIZACIJE NASTAVE			
Opis aktivnosti			
2.1. Način izvođenja nastave	- ex katedra - prezentacije studenata - gosti predavači - priprema projekta	40% 20% 20% 20%	
Učešće u ocjeni (%)			
2.2. Način ocjenjivanja studenata	- testovi - prezentacije studenata - projekat	40% 20% 40%	
3. LITERATURA	- Domazet, A. ed al (2002): Međunarodni marketing. Ekonomski fakultet Sarajevo - Previšić, J., Došen, O. (1999): Međunarodni marketing, Massmedia, Zagreb - Cateora, P.R., Gilly, M.C., Graham, J.L. (2009): International Marketing, 14th ed., McGraw-Hill Co., New York - Albaum, G., Duerr, E., Strandskov, J. (2005): International Marketing and Export Management, Prentice Hall, New York. - Bradley, F. 1999): International Marketing Strategy, Prentice Hall Europe, Hertfordshire - Keegan, W., Green, M.C. (2005): Global Marketing, Pearson Prentice Hall, New York.		