

Šifra predmeta: BUS222		Naziv predmeta: GLOBALNI MARKETING	
Nivo: Prvi ciklus studija	Godina: II	Semestar: IV	Broj ECTS kredita: 6
Status: obavezni smjerski	Broj sati sedmično: 6		Ukupan broj sati: 90
1. CILJ PREDMETA	Sticanje znanja o načinima kreiranja i implementacije koncepta međunarodnog marketinga u uvjetima globalnog tržišta		
1.1. Osnovne tematske jedinice	1.Globalno tržište i koncepcija međunarodnog marketinga 2. Istraživanja za potrebe međunarodnog marketinga 3. Ekonomska okolina međunarodnog marketinga 4. Kulturološka okolina međunarodnog marketinga 5.Političko-pravna okolina međunarodnog marketinga 6. Strategije ulaska na međunarodno tržište putem izvoza 7. Strategije ulaska na međunarodno tržište prenosom proizvodnje u inozemstvo 8. Strategija ulaska na međunarodno tržište kroz FDI 9. Planiranje marketing mixa za međunarodno tržište 10. Proces planiranja i izrada međunarodnog marketing plana		
1.2.Rezultati učenja	Rezultati studija sastoje se u usvajanju znanja studenata o načinima provedbe marketinga u uvjetima globalizacije tržišta i konvergencije potrošačkih potreba i specifičnostima globalnog, regionalnog i eksportnog marketinga u odnosu na koncept domaćeg marketinga. Studenti će biti osposobljeni da pripremaju planove međunarodnog marketinga za regionalna i eksportna međunarodna tržišta.		
2. NAČIN ORGANIZACIJE NASTAVE			
Opis aktivnosti (%)			
2.1. Način izvođenja nastave	1. ex katedra 2. prezentacije 3. gosti predavači 4. priprema projekta	40% 20% 20% 20%	
Učešće u ocjeni (%)			
2.2. Sistem ocjenjivanja	1. test 2. prezentacija 3. projekat	40% 20% 40%	
3. LITERATURA	1. Domazet, A. ed al (2002): Međunarodni marketing. Ekonomski fakultet Sarajevo 2. Previšić, J., Došen, O. (1999): Međunarodni marketing, Massmedia, Zagreb 3. Cateora, P.R., Gilly, M.C., Graham, J.L. (2009): International Marketing, 14th ed., McGraw-Hill Co., New York		