

## DETALJNI IZVEDBENI NASTAVNI PLAN PREDMETA

OPĆE INFORMACIJE		
<b>Naziv predmeta</b>	ODRŽIVI MARKETING	
<b>Studijski program</b>	Preddiplomski sveučilišni studij „Menadžment održivog razvoja“	
<b>Smjer</b>		
<b>Godina studija</b>	Druga	
<b>Status predmeta</b>	Obvezni	
<b>Mogućnost izvođenja nastave na engleskom jeziku</b>	Ne	
<b>Mrežna stranica predmeta</b>	<a href="https://moodle.srce.hr/2022-2023/course/view.php?id=156853">https://moodle.srce.hr/2022-2023/course/view.php?id=156853</a>	
<b>Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave</b>	<b>ECTS koeficijent opterećenja studenata</b>	9
	<b>Broj sati (P+V+S)</b>	30+0+45
<b>Nositelj predmeta</b>	<b>Ime i prezime</b>	Izv. prof. dr. sc. Lidija Bagarić
	<b>Kabinet</b>	304
	<b>Konzultacije</b> OPATIJA: Utorak 15:00 – 17:00 Četvrtak 12:00 -14:00	
	<b>Telefon</b>	051 294 230
	<b>e-mail</b>	lidijab@fthm.hr
<b>Suradnik na predmetu</b>	<b>Ime i prezime</b>	doc.dr.sc. Ana Čuić Tanković
	<b>Kabinet</b>	303
	<b>Konzultacije</b> OPATIJA: Srijeda 14:30-16:30 četvrtak 15:30-17:30	
	<b>Telefon</b>	051/294-759
	<b>e-mail</b>	anact@fthm.hr
OPIS PREDMETA		
<b>Ciljevi predmeta</b>		
Cilj je ovog predmeta ponuditi studentima sveobuhvatan okvir za razumijevanje uloge marketinga u poslovanju i javnom sektoru. On naglašava marketinške koristi, ali također ističe i potencijalno negativan utjecaj marketinga na potrošače i društvo. Ovaj predmet pruža studentima znanje o strateškim i operativnim aspektima održivih marketinških praksi i vještinama koje se mogu primijeniti u rješavanju poslovnih problema povezanih s tržištem.		
<b>Očekivani ishodi učenja za predmet</b>		
<p>Nakon položenog ispita očekuje se da će student biti sposoban:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pravilno tumačiti temeljne pojmove iz područja marketinga u kontekstu društveno odgovornog poslovanja.</li> <li>2. Analizirati marketinško okruženje s naglaskom na ekonomske, društvene i ekološke utjecaje.</li> <li>3. Opisati ključne elemente i procese u upravljanju održivim marketingom.</li> <li>4. Objasniti elemente održivog marketinškog miksa.</li> <li>5. Analizirati poslovnu praksu i kritički promišljati o konceptu održivosti, etike i društvene odgovornosti u donošenju marketinških odluka.</li> <li>6. U pismenom i usmenom obliku argumentirano predložiti marketinške aktivnosti u rješavanju jednostavnijih poslovnih problema.</li> </ol>		
<b>Vrste izvođenja nastave</b>		

Predavanja, seminari i radionice, samostalni zadaci, multimedija i mreža, mentorski rad

**Obveze studenata i način vrednovanja obveza (povezivanje ishoda učenja, nastavnih metoda i ocjenjivanja)**

<i>Vrsta aktivnosti</i>	<i>ECTS dodijeljen aktivnosti</i>	<i>Ishod učenja</i>	<i>Aktivnost studenta</i>	<i>Metoda ocjenjivanja</i>	<i>Bodovi (maximum po vrijednosti)</i>
Pohađanje nastave	2,5	1-6	Prisustvo: >75%	Evidencija prisutnosti na nastavi	0
Aktivnost na nastavi		1-6	Aktivno sudjelovanje studenata u rješavanju zadataka na nastavi	Ocjenjivanje pismenih zadataka i sudjelovanja u ostalima aktivnostima na nastavi	6
Projektni zadatak i prezentacija	2	2, 6	Primjena teorijskog dijela gradiva u analizi poslovanja konkretnog poslovnog subjekta i prijedlog marketinških aktivnosti	Pismeni dio	10
				Usmeni dio (prezentacija)	3
Kritički prikaz	0,6	5	Analiza poslovnog slučaja i kritički osvrt na primjenu održivosti u poslovnoj praksi	Ocjena odgovora na postavljena pitanja u pisanom obliku	3
Kontinuirana provjera znanja (kolokviji)	2,4	1-6	Priprema za periodičnu provjeru znanja	0-48 bodova Broj bodova po pojedinom kolokviju određuje nastavnik (ukupno dva kolokvija)	1. kolokvij 24 2. kolokvij 24
Završni ispit	1,5	1-6	Priprema za završni ispit	0-30 bodova	30
<b>Ukupno ECTS</b>	9			<b>Ukupno bodovi</b>	100

**Napomene i opis aktivnosti**

Studenti mogu pristupiti polaganju završnog ispita ukoliko su realizirali minimalno 35% aktivnosti

ukupnog nastavnog procesa i ukoliko su ostvarili minimalno 75% prisutnosti nastavi (redoviti studenti).

**Aktivnost na nastavi** realizira se sudjelovanjem u rješavanju poslovnih slučajeva, grupnim raspravama i samostalnom rješavanju zadataka koji će studentima biti dodijeljeni na nastavi i putem sustava za e-učenje Merlin. Realizacijom svih aktivnosti student može ostvariti do 6%.

**Projektni zadatak** izrađuje se u timu i obuhvaća analizu odabranog poslovnog subjekta kroz teme koje prate predavanja. Studenti trebaju vladati teorijskim gradivom i znati aplicirati isto na odabrani poslovni subjekt. Bouduje se svaka ispravno obrađena tema s aplikacijom na odabrani poslovni subjekt, što iznosi ukupno 10%. Temeljem projektnog zadatka studenti izrađuju prezentaciju i usmeno izlažu zadatak čime ostvaruju do 3%.

**Kritički prikaz** provodi se kao samostalna aktivnost studenata, a podrazumijeva kritički osvrt na primjenu održivosti u poslovnoj praksi. Studentima se na nastavi dodjeljuje poslovni slučaj koji trebaju pročitati i pismeno odgovoriti na postavljena pitanja te argumentirati vlastite stavove.

**Tekuća provjera znanja** provodi se 2 puta tijekom semestra putem kolokvija. Svaki se sastoji od 12 pitanja, a koji su bodovno jednako zastupljeni:

- a) 10 pitanja zatvorenog tipa sa jednim točnim odgovorom
- b) 1 pitanje otvorenog tipa
- c) 1 pitanje na osnovu primjera s kratkim odgovorom.

Kolokviji i završni ispit pripremaju se iz obvezne literature i PowerPoint prezentacija s predavanja koje su dostupne putem sustava Merlin.

**Završni ispit** sastoji se od 10 pitanja (6 pitanja zatvorenog tipa sa šest ponuđenih odgovora i jednim točnim odgovorom, 2 pitanja otvorenog tipa i 2 pitanja na osnovu primjera s kratkim odgovorom, koji su bodovno jednako zastupljeni, te obuhvaća cjelokupno gradivo.

### **Sustav ocjenjivanja**

Ocjenjivanje i vrednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu provodi se temeljem Pravilnika o ocjenjivanju studenata na FMTU.

## **LITERATURA**

### **Obvezna literatura**

1. Čutura, M. (2016). Društvena odgovornost i etika u području marketinga. Mostar: Sveučilište u Mostaru, Ekonomski fakultet
2. Grbac, B. (2012). Stvaranje i razmjena vrijednosti. Rijeka: Ekonomski fakultet Sveučilišta u Rijeci.
3. Vranešević, T. Dvorski, S., Dobričić, D. & Staničić, S (2008). Inovativni marketing. Varaždin: TIVA, CRODMA

### **Dopunska literatura**

1. Belz, F. M. & Peattie, K. (2012). Sustainability Marketing: A Global Perspective (2nd ed.). Chichester: John Wiley & Sons Ltd.
2. Chhabra, D. (2019). Sustainable Marketing of Cultural and Heritage Tourism. New York: Routledge
3. Kotler, Ph., Lee, N.: DOP-Društveno odgovorno poslovanje: Suvremena teorija i najbolja praksa, M.E.P. d.o.o., Zagreb, 2009.
4. Martin, D. & Schouten, J. (2014). Sustainable Marketing. Halrow: Pearson
5. Nefat, A. (2015). Zeleni marketing. Pula: Sveučilište Jurja Dobrile
6. The Global Code of Ethics for Tourism, UNWTO, 2001.

### **Način praćenja kvalitete i uspješnosti izvedbe predmeta**

Kvaliteta održane nastave prati se u skladu s aktima Sveučilišta u Rijeci. U zadnjim tjednima nastave tekućega semestra provodit će se anonimna anketa u kojoj će studenti evaluirati kvalitetu održane nastave iz ovog predmeta.

Raspored ispitnih rokova dostupan je na linku: <https://www.fthm.uniri.hr/studiji/preddiplomski-sveucilisni-studij/ispiti>

### DODATNE INFORMACIJE O PREDMETU

#### Način informiranja studenta

Studenti dobivaju obavijesti o kolegiju putem sustava Merlin i mrežnih stranica Fakulteta <https://www.fthm.uniri.hr/>,  
Redovita informiranost je osobna odgovornost studenta.

### RASPORED NASTAVE

#### REDOVITI STUDIJ

Nastava na predmetu odvijat će se prema sljedećem rasporedu:

R. br.	Datum / vrijeme od – do / dvorana	Vrsta i oblik nastave	Tema	Grupa	Izvoditelj
1.	<b>2. 3. 2023.</b> 8:00 – 9:30	P Onsite	Uvod u kolegij Razvoj koncepcije marketinga	MOR	Bagarić
	9:30 – 11:45 Dvorana B7	S Onsite	Uvod u seminarsku nastavu	MOR	Bagarić
2.	<b>9. 3. 2023.</b> 8:00 – 9:30	P Onsite	Etika i društvena odgovornost u marketingu	MOR	Bagarić
	9:30 – 11:45 Dvorana B7	S Onsite	Upute za projektni zadatak Odabir tema i članova tima	MOR	Bagarić
3.	<b>13. 3. 2023.</b> 8:00 – 9:30	P Onsite	Pojam i obilježja održivog marketinga	MOR	Bagarić
	9:30 – 11:45 Dvorana B7	S Onsite	Primjer i rad na projektnom zadatku ANN 1	MOR	Bagarić
4.	<b>23. 3. 2023.</b> 8:00 – 9:30	P Onsite	Okruženje marketinga	MOR	Bagarić
	9:30 – 11:45 Dvorana B7	S Onsite	Primjer i rad na projektnom zadatku ANN 2	MOR	Bagarić
5.	<b>30. 3. 2023.</b> 8:00 – 9:30	P Onsite	Marketinški informacijski sustav	MOR	Bagarić
	9:30 – 11:45 Dvorana B7	S Onsite	Primjer i rad na projektnom zadatku ANN 3	MOR	Bagarić
6.	<b>6. 4. 2023.</b> 8:00 – 9:30	P Onsite	Održiva potrošnja i ponašanje potrošača	MOR	Bagarić
	9:30 – 11:45 Dvorana B7	S Onsite	Primjer i rad na projektnom zadatku ANN 4	MOR	Bagarić
7.	<b>13. 4. 2023.</b> 8:00 – 9:30	P Onsite	Segmentacija tržišta, odabir ciljnog tržišta i pozicioniranje	MOR	Bagarić
	9:30 – 11:45 Dvorana B7	S Onsite	Primjer i rad na projektnom zadatku ANN 5	MOR	Bagarić
8.	<b>20. 4. 2023.</b>	P	1. kolokvij	MOR	Bagarić

	8:00 – 9:30	Onsite			
	9:30 – 11:45 Dvorana B7	S Onsite	Projektni zadatak - konzultacije	MOR	Bagarić
9.	<b>27. 4. 2023.</b> 8:00 – 9:30	P Onsite	Ponuda – temelj održivog marketinškog miksa	MOR	Bagarić
	9:30 – 11:45 Dvorana B7	S Onsite	Prezentacije projektnih zadataka – 1. dio	MOR	Bagarić
10.	<b>4. 5. 2023.</b> 8:00 – 9:30	P Onsite	Pravično određivanje cijena	MOR	Bagarić
	9:30 – 11:45 Dvorana B7	S Onsite	Prezentacije projektnih zadataka – 1. dio	MOR	Bagarić
11.	<b>11. 5. 2023.</b> 8:00 – 9:30	P Onsite	Odgovorna marketinška komunikacija	MOR	Bagarić
	9:30 – 11:45 Dvorana B7	S Onsite	Primjer i rad na projektnom zadatku ANN 6	MOR	Bagarić
12.	<b>18. 5. 2023.</b> 8:00 – 9:30	P Onsite	Kanali marketinga i isporuka vrijednosti potrošačima	MOR	Bagarić
	9:30 – 11:45 Dvorana B7	S Onsite	Primjer i rad na projektnom zadatku ANN 7	MOR	Bagarić
13.	<b>23. 5. 2023.</b> 8:00 – 9:30	P Onsite	Upravljanje održivim marketingom	MOR	Bagarić
	9:30 – 11:45 Dvorana B7	S Onsite	Kritički prikaz poslovnog slučaja	MOR	Bagarić
14.	<b>1. 6. 2023.</b> 8:00 – 9:30	P Onsite	2. kolokvij	MOR	Bagarić
	9:30 – 11:45 Dvorana B7	S Onsite	Prezentacije projektnih zadataka – 2. dio	MOR	Bagarić
15.	<b>8. 6. 2023.</b> 8:00 – 9:30	P Onsite	Nadoknade	MOR	Bagarić
	9:30 – 11:45 Dvorana B7	S Onsite	Prezentacije projektnih zadataka – 2. dio	MOR	Bagarić

### IZVANREDNI STUDIJ OPATIJA

Nastava na predmetu odvijat će se prema sljedećem rasporedu:

R.br.	Datum / vrijeme od – do / dvorana	Vrsta i oblik nastave	Tema	Izvoditelj
1.	<b>15. 3. 2023.</b> 15:30 – 17:45	P online	Uvod u kolegij Razvoj koncepcije marketinga Etika i društvena odgovornost u marketingu Pojam i obilježja održivog marketinga	Bagarić
	17:45 – 21:00	S online	Uvod u seminarsku nastavu Upute za projektni zadatak Odabir tema i grupa za projektni zadatak	Čuić Tanković
2.	<b>5. 4. 2023.</b> 15:30 – 17:45	P onsite	Okruženje marketinga Marketinški informacijski sustav	Bagarić



			Održiva potrošnja i ponašanje potrošača Segmentacija tržišta, odabir ciljnog tržišta i pozicioniranje	
	17:45 – 21:00 Dvorana B2	S onsite	Primjer i rad na projektnom zadatku ANN 1	Čuić Tanković
3.	<b>26. 4. 2023.</b> 15:30 – 17:45	P onsite	1. kolokvij Ponuda – temelj održivog marketinškog miksa Pravično određivanje cijena Odgovorna marketinška komunikacija	Bagarić
	17:45 – 21:00 Dvorana B2	S onsite	Kritički prikaz Primjer i rad na projektnom zadatku ANN 2	Čuić Tanković
4.	<b>17. 5. 2023.</b> 15:30 – 17:45	P online	Kanali marketinga i isporuka vrijednosti potrošačima Upravljanje održivim marketingom Izazovi i perspektive održivog marketinga	Bagarić
	17:45 – 21:00	S online	Primjer i rad na projektnom zadatku ANN 3	Čuić Tanković
5.	<b>7. 6. 2023.</b> 15:30 – 17:45	P onsite	2. kolokvij	Bagarić
	17:45 – 21:00 Dvorana B2	S onsite	Prezentacije projektnih zadataka	Čuić Tanković