



Nositelj predmeta	dr. sc. Boris Marjanović, v. pred. David Košara, asistent	
Naziv predmeta	Marketing menadžment	
Studijski program	Specijalistički diplomski stručni studij Kreativni menadžment u procesima	
Status predmeta	Obavezan	
Godina	1	
Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave	ECTS koeficijent opterećenja studenata	8
	Broj sati (P+V+S)	45+30+0

1. OPIS PREDMETA

1.1. Ciljevi predmeta

Cilj kolegija je osposobiti studente za razumijevanje koncepta marketinga, kreiranje marketinških rješenja te upravljanje marketinškim aktivnostima u poslovanju organizacija.

1.2. Uvjeti za upis predmeta

Nema uvjeta za upis kolegija

1.3. Očekivani ishodi učenja za predmet

1. Analizirati i argumentirati temeljne pojmove iz marketinga i elemente procesa marketinga
2. Analizirati i vrednovati značaj potrošača, tražene vrijednosti, konkurentnost te upravljanje odnosom s potrošačima.
3. Argumentirati logičku poveznicu između elemenata procesa marketinga od identifikacije tržišta do postavljanja strategije.
4. Sintetizirati sve elemente procesa marketinga i kreirati rješenje u obliku strateškog marketinškog plana.
5. Vrednovati mogućnost primjene marketinškog plana u praksi

1.4. Sadržaj predmeta

1. Uvodno predavanje. Uvod u marketing.
2. Marketinško upravljanje. Marketinško usmjerenje i usmjerenje prema potrošaču.
3. Vrijednosti – temelj marketinške razmjene, značaj vrijednosti za potrošača, kvantifikacija vrijednosti.
4. Tržište i tržišne potrebe. Tržišna konkurentnost.
5. Ponašanje potrošača. Upravljanje odnosom s potrošačima.
6. Strateško planiranje. Marketinška revizija. Segmentacija tržišta.
7. Životni ciklus i pozicioniranje proizvoda. Portfolio analiza. SWOT analiza.
8. Marketinški ciljevi, Ansoff-ova matrica.
9. Marketinška strategija. Marketing miksa – 4P i 7P.
10. Bužetiranje. Marketinški plan - realizacija.
Primjena marketinškog plana u praksi – razrada i diskusija.
Obrana timskog projektnog zadatka.
Vježbe prate teme iz predavanja.

1.5. Vrste izvođenja nastave

- predavanja
- seminari i radionice
- vježbe

- samostalni zadaci
- multimedija i mreža
- laboratorij
- mentorski rad

	<input checked="" type="checkbox"/> obrazovanje na daljinu <input type="checkbox"/> terenska nastava	<input checked="" type="checkbox"/> ostalo: Timski projektni zadatak		
1.6. <i>Komentari</i>				
1.7. <i>Obveze studenata</i>				
<ul style="list-style-type: none"> • izrada i prezentacija kritičkog osvrta, • izrada i prezentacija timskog projektnog zadatka, • polaganje završnog ispita. 				
1.8. <i>Ocjenjivanje, vrednovanje i praćenje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu</i>				
Moguća su dva oblika vrednovanja postignuća: - Kontinuirana provjera tijekom nastave - Pristupanje ispitu				
Kontinuirana provjera:				
ishod	Kritički osvrt /prezentacija	Timski projektni zadatak /prezentacija	Prag	Max
I1	-	10%	5%	10%
I2	30%	-	15%	30%
I3	-	20%	10%	20%
I4	-	40%	20%	40%
I5	-	-	-	-
Udio u ECTS	2,4	5,6		
Ukupno	30%	70%	50%	100%
Ispitni rok:				
ishod	Pismeni ispit	Prag	Max	
I1	-	-	-	
I2	-	-	-	
I3	-	-	-	
I4	-	-	-	
I5	100%	50%	100%	
Udio u ECTS	8			
Ukupno	100%	50%	100%	
Student je položio predmet ako je za svaki ishod učenja ostvario postotak bodova koji je veći ili jednak definiranom pragu. Preduvjet pristupa ispitu je izrada i prezentacija kritičkog osvrta i timskog projektnog zadatka. Položeni ishod učenja kroz kontinuiranu provjeru ili kroz ispitni rok „vrijedi“ do ponovnog izvođenja kolegija, nakon čega se ponovno polaže.				
Ocjenjivanje ispita:				
Raspon bodova		Ocjena ispita		
0,00-49,99		nedovoljan (1)		
50,00-59,99		dovoljan (2)		
60,00-74,99		dobar (3)		
75,00-89,99		vrlo dobar (4)		
90,00-100,00		izvrstan (5)		
1.9. <i>Obvezatna literatura</i>				
1. Marjanović, B.: „Marketing“, materijali s predavanja - elektronički oblik, ak. god. 2020./2021.				

<p>2. McDonald, M.: „Marketinški planovi – kako ih pripremiti, kako ih koristiti“, Masmedia, Zagreb 2004. godina (odabrana poglavlja);</p> <p>3. Marjanović, B.: „Zbirka zadataka iz marketinga“, Istarsko veleučilište – Università Istriana di scienze applicate, Pula, 2021.</p> <p>4. Kotler, P.; Keller K.L., Martinović, M.: „Upravljanje marketingom, 14. izdanje“, Mate d.o.o., Zagreb 2014. godina (odabrana poglavlja);</p>		
<p>1.10. <i>Dopunska literatura</i></p>		
<p>1. Marušić, M.: „Plan marketinga“, Adeco, Zagreb, 2006. godine;</p> <p>2. Martinović, M.: Marketing u Hrvatskoj – 55 poslovnih slučajeva, Mate d.o.o., Zagreb 2012. godina.</p>		
<p>1.11. <i>Broj primjeraka obvezatne literature u odnosu na broj studenata koji trenutačno pohađaju nastavu na predmetu</i></p>		
<i>Naslov</i>	<i>Broj primjeraka</i>	<i>Broj studenata</i>
McDonald, M.: „Marketinški planovi – kako ih pripremiti, kako ih koristiti“, Masmedia, Zagreb 2004. godina	1	5
Kotler, P.; Keller K.L., Martinović, M.: „Upravljanje marketingom, 14. izdanje“, Mate d.o.o., Zagreb 2014. godina	1	5
<p>1.12. <i>Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija</i></p>		
<p>Evaluacija nastave, studentska anketa</p>		



Nositelj predmeta	Mr. sc. Vareško Andrea, pred.	
Naziv predmeta	Upravljanje financijama	
Studijski program	Specijalistički diplomski studij Kreativni menadžment u procesima	
Status predmeta	Obvezni	
Godina	1/I	
Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave	ECTS koeficijent opterećenja studenata	4
	Broj sati (P+V+S)	15+45+0

6. OPIS PREDMETA

1.13. Ciljevi predmeta

Cilj kolegija je razumjeti i usvojiti osnovne elemente analize boniteta trgovačkih društava, te osposobiti studente za izračunavanje osnovnih financijskih pokazatelja, kao i za jednostavnu procjenu kreditne sposobnosti trgovačkih društava koristeći se pritom dobivenim financijskim pokazateljima poslovanja

1.14. Uvjeti za upis predmeta

Nema

1.15. Očekivani ishodi učenja za predmet

1. Utvrditi osnovne značajke financijskih izvještaja trgovačkih društava;
2. Utvrditi osnovne financijske pokazatelje koji se koriste u procjeni boniteta;
3. Raščlaniti i razlikovati osnovne korake pri izračunu financijskih pokazatelja i pratiti njihove trendove kretanja;
4. Utvrditi i usporediti instrumente financijske analize u procjeni boniteta;
5. Vrednovati i argumentirati financijske pokazatelje pri izračunu kreditne sposobnosti

1.16. Sadržaj predmeta

1. Financijska analiza i osnove kreditiranja;
2. Osnovni pojmovi;
3. Financijska izvješća trgovačkih društava, bilanca i račun dobiti i gubitka;
4. Klasifikacija trgovačkih društava po veličini;
5. Horizontalna i vertikalna analiza;
6. Temeljni financijski pokazatelji u utvrđivanju kreditne sposobnosti;
7. Pokazatelji likvidnosti i obrtni kapital;
8. Pokazatelji zaduženosti;
9. Pokazatelji otplate dugova;
10. Pokazatelji profitabilnosti;
11. Izračun i analiza financijskih pokazatelja poslovanja

1.17. Vrste izvođenja nastave

predavanja
 seminari i radionice
 vježbe
 obrazovanje na daljinu
 terenska nastava

samostalni zadaci
 multimedija i mreža
 laboratorij
 mentorski rad
 ostalo

1.18. Komentari						
1.19. Obveze studenata						
<ul style="list-style-type: none"> - Pohađanje predavanja. - Aktivno sudjelovanje u vježbama - Samostalno izračunati i analizirati financijske pokazatelje na primjeru iz prakse 						
1.20. Ocjenjivanje, vrednovanje i praćenje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu						
Kontinuirana provjera:						
ishod	Aktivnosti na nastavi	Vježba 1	Vježba 2	Izračun i analiza pokazatelja na primjeru iz prakse	Prag	Max
I1	3%	7%			5%	10%
I2	3%	7%			5%	10%
I3	3%		7%		5%	10%
I4	5%		9%		7%	14%
I5				56%	23%	56%
Udio u ECTS	0,6	0,6	0,7	2,1		4
Ukupno	14%	14%	16%	56%	50%	100%
Ispitni rok:						
ishod	Izračun i analiza pokazatelja na primjeru iz prakse	Usmeni ispit	Prag	Max		
I1		10%	5%	10%		
I2		10%	5%	10%		
I3		10%	5%	10%		
I4		14%	7%	14%		
I5	56%		23%	56%		
Udio u ECTS	2,1	1,9		4		
Ukupno	56%	44%	50%	100%		
Ocjenjivanje ispita:						
Raspon bodova		Ocjena ispita				
0,00-49,99		nedovoljan (1)				
50,00-59,99		dovoljan (2)				
60,00-74,99		dobar (3)				
75,00-89,99		vrlo dobar (4)				
90,00-100,00		izvrstan (5)				
1.21. Obvezatna literatura						
<ul style="list-style-type: none"> - Materijali sa e-učenja - Leko V. (1996): Procjena boniteta trgovačkog društva, Masmedia, Zagreb 						
1.22. Dopunska literatura						
- Žager K., Žager L. (1999)- Analiza financijskih izvještaja, Masmedia, Zagreb						
1.23. Broj primjeraka obvezatne literature u odnosu na broj studenata koji trenutačno pohađaju nastavu na predmetu						
Naslov	Broj primjeraka	Broj studenata				

- Leko V. (1996): Procjena boniteta trgovačkog društva, Masmedia, Zagreb	3	15
<i>1.24. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija</i>		
Evaluacija nastave, studentska anketa		



Opće informacije

Nositelj predmeta	Vladimir Filipović, pred.	
Naziv kolegija	Kreativni menadžment	
Studijski program	Kreativni menadžment u procesima	
Status kolegija	Obvezani	
Godina studija / semestar	1/I	
Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave	ECTS	8
	Broj sati (P+V+S)	45+0+15

1. OPIS PREDMETA

1.1 Ciljevi kolegija

Nakon položenog kolegija studenti su osposobljeni primjenjivati metode generiranja ideja i tehnike poticanja kreativnosti, koje za cilj imaju stvaranje novih rješenja i poticanje kulture inovacija u poduzeću. Također su sposobni rješavati složene poslovne probleme koji zahtijevaju rad multidisciplinarnih timova.

1.2 Uvjeti za upis

Nema

1.3 Ishodi učenja

1. Kreirati, preporučiti sastaviti inovativna rješenja poslovnih problema i problema u zajednici,
2. Generirati ideje primjenom načina razmišljanja „izvan kutije“,
3. Grafički prikazati inovativno rješenje problema primjenom procesnog pristupa i procesnih grafičkih simbola,
4. Optimizirati poslovne sustave i procese primjenom metoda kreativnog mišljenja,
5. Oblikovati i prezentirati svoja inovativna rješenja.

1.4 Sadržaj predmeta

1. Uvod u kolegij. Uvod i definicija: što su ideje, zašto su ideje bitne za stvaranje vrijednosti, kako "dobiti" ideje i kako ih stvarati na integrirajući način
2. Poticanje i generiranje korisne ideje. Definirati, razumjeti, vizualizirati cjelinu procesa.
3. Razumjeti funkcioniranje i prepoznati temeljne faze procesa u kojima kupci/klijenti trebaju proizvod ili uslugu.
4. Pronicanje u unutarnju logiku funkcioniranja procesa (eng. „insight“) i shvaćanja suštine poslovnog cilja. Kreiranje tehnološko-komunikacijske veze kupca i proizvoda ili usluge.
5. Menadžment ideja i primjena njegovih načela i stvaranje rješenja
6. Procesi i tehnike kreativnoga mišljenja: imitacija, personifikacija, nedovršene priče, metafore, procedure, smiješna pitanja, izlet mašte, Brainstorming, Brainwriting, Delfi-metoda, sinektika. Prezentacije timskih projektnih zadataka
7. Generiranje ideja i pretvaranje u rješenja.
8. Razvoj ideja i njihova primjena u poboljšavanju i optimiziranju procesa
9. Studije slučaja (CaseStudies). Definicija kreativne ideje iz prakse i razrada rješenja.

1.5 Vrste izvođenja nastave

xpredavanja
xseminari i radionice
vježbe
xobrazovanje na daljinu
terenska nastava

xsamostalni zadaci
xmultimedija i mreža
laboratorij
xmentorski rad
xdiskusije

1.6. Komentari

1.7 Obveze studenata

- Izraditi individualni zadatak
- izraditi, te prezentirati timski projektni zadatak.

1.8 Ocjenjivanje, vrednovanje i praćenje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu

Moguća su dva oblika vrednovanja postignuća:

- Kontinuirana provjera tijekom nastave
- Pristupanje ispitu

Kontinuirana provjera:

ishod	Aktivnosti na nastavi	Individualni rad	Timski rad	Prag	Max
I1	3%	15%		9%	18%
I2	4%	13%		8%	17%
I3	4%	15%		10%	19%
I4	4%		18%	11%	22%
I5	4%		20%	12%	24%
Udio u ECTS	1,5	3,5	3		
Ukupno	19%	43%	38%	50%	100%

Ispitni rok:

ishod	Individualni rad	Usmeni ispit	Prag	Max
I1	8%	20%	14%	28%
I2	8%	20%	14%	28%
I3	11%	10%	11%	21%
I4		13%	6%	13%

I5	10%		5%	10%
Udio u ECTS	3	5		
Ukupno	37%	63%	50%	100%

Student je položio predmet ako je za svaki ishod učenja ostvario postotak bodova koji je veći ili jednak definiranom pragu.

Ishode koje student ne položi tijekom kontinuirane provjere, polagat će na ispitnom roku.

Preduvjet pristupa ispitu je prihvaćena i vrednovana prezentacija individualnog rada.

Položeni ishod učenja kroz kontinuiranu provjeru ili kroz ispitni rok „vrijedi“ do ponovnog izvođenja kolegija, nakon čega se ponovno polaže.

Ocjenjivanje ispita

Raspon bodova	Brojčana ocjena
0,00-49,99	nedovoljan (1)
50,00-59,99	dovoljan (2)
60,00-74,99	dobar (3)
75,00-89,99	vrlo dobar (4)
90,00-100,00	izvrstan (5)

1.9 Obvezatna literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)

1. Srića, V.: „Sve tajne kreativnosti“, Algoritam, Zagreb, 2017.

1.10. Dopunska literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)

1. Srića, V.: „Kako postati pun ideja: Menadžeri i kreativnost“, M.E.P. Consult, Zagreb, 2003. (odabrana poglavlja)
2. James M. Higgins: „101 Creative Problem Solving Techniques: The Handbook of New Ideas for Business“, New Management Publishing Company, San Francisco, 2016

1.11. Broj primjeraka obvezatne literature u odnosu na broj studenata koji trenutačno pohađaju nastavu napredmetu

Naslov	Broj primjeraka	Broj studenata
Srića, V.: „Sve tajne kreativnosti“, Algoritam, Zagreb, 2017.	5	25

1.12. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija

Evaluacija nastave, studentska anketa



Nositelj predmeta	Doc.dr.sc. Dijana Drandić,prof.v.š.	
Naziv predmeta	Osnove metodologije znanstveno istraživačkog rada	
Studijski program	Specijalistički diplomski stručni studij Kreativni menadžment u procesima	
Status predmeta	Obvezni	
Godina	1/I	
Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave	ECTS koeficijent opterećenja studenata	6
	Broj sati (P+V+S)	45+0+15

7. OPIS PREDMETA

1.25. Ciljevi predmeta

Cilj kolegija je razumjeti i usvojiti osnovne metodološke pojmove te osposobiti studente za samostalnu provedbu jednostavnijih istraživanja te pisanje, izlaganje i prezentiranje seminarskih i završnih radova uz korištenje znanstvenih metoda i uvažavanje etičkih načela.

1.26. Uvjeti za upis predmeta

Nema

1.27. Očekivani ishodi učenja za predmet

1. Povezati temeljne pojmove iz metodologije stručnih i znanstvenih istraživanja;
2. Razviti temeljnu znanstvenu pismenost;
3. Pravilno formulirati i savladati osnovne korake u istraživačkom procesu: tehnike prikupljanja, obrade i prezentacije podataka;
4. Koristiti i pratiti znanstvenu i stručnu literaturu;
5. Analizirati i interpretirati kraće znanstveno istraživanje;
6. Kreirati i oblikovati koncept završnog (diplomskog) rada.

1.28. Sadržaj predmeta

1. Osnovni pojmovi u metodologiji znanstvenih istraživanja;
2. Etika u istraživanju;
3. Primjer i karakteristike dobrog stručnog i znanstvenog rada;
4. Tijek istraživanja (izbor teme, definiranje ciljeva i predmeta istraživanja);
5. Odabir uzorka istraživanja;
6. Oblikovanje hipoteza istraživanja;
7. Nacrt istraživanja, metode i postupci;
8. Postupci prikupljanja i obrade podataka;
9. Instrument istraživanja; Izrada anketa/provođenje intervjua;
10. Osnovni pojmovi statističke obrade podataka;
11. Obrada i analiza podataka;
12. Prikupljanje i proučavanje literature, selekcija podataka, pisanje bilježaka, napomene, citiranje i način uporabe citata;
13. Prezentacija rezultata istraživanja;

14. Izrada koncepta specijalističkog završnog rada.

1.29. Vrste izvođenja nastave

- | | |
|--|---|
| <input checked="" type="checkbox"/> predavanja
<input checked="" type="checkbox"/> seminari i radionice
<input type="checkbox"/> vježbe
<input checked="" type="checkbox"/> obrazovanje na daljinu
<input type="checkbox"/> terenska nastava | <input type="checkbox"/> samostalni zadaci
<input checked="" type="checkbox"/> multimedija i mreža
<input type="checkbox"/> mentorski rad
<input checked="" type="checkbox"/> istraživanje |
|--|---|

1.30. Komentari

1.31. Obveze studenata

- analiza znanstvenog istraživanja
- Izraditi i prezentirati koncept specijalističkog završnog rada

1.32. Ocjenjivanje, vrednovanje i praćenje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu

Moguća su dva oblika vrednovanja postignuća:

- Kontinuirana provjera tijekom nastave
- Pristupanje ispitu

Kontinuirana provjera:

ishod	Aktivnosti na nastavi	Analiza znanstvenog istraživanja	Koncept završnog rada	Prag	Max
I1	2%	2%	-	2%	4%
I2		5%	5%	5%	10%
I3	2%	8%	10%	10%	20%
I4	-	-	6%	3%	6%
I5	-	20%	-	10%	20%
I6	-	-	40%	20%	40%
Udio u ECTS	0,2	1,5	4,3		6
Ukupno	4%	35%	61%	50%	100%

Ispitni rok:

ishod	Koncept završnog rada	Usmeni ispit	Prag	Max
I1	-	4%	2%	4%
I2	5%	5%	5%	10%
I3	10%	10%	10%	20%
I4	6%	-	3%	6%
I5	-	20%	10%	20%
I6	40%	-	20%	40%
Udio u ECTS	4,3	1,7		6
Ukupno	61%	39%	50%	100%

Student je položio predmet ako je za svaki ishod učenja ostvario postotak bodova koji je veći ili jednak definiranom pragu.

Ishode koje student ne položi tijekom kontinuirane provjere, polagat će na ispitnom roku.

Preduvjet pristupa ispitu je prihvaćena i vrednovana prezentacija koncepta završnog rada.

Položeni ishod učenja kroz kontinuiranu provjeru ili kroz ispitni rok „vrijedi“ do ponovnog izvođenja kolegija, nakon čega se ponovno polaže.

Ocjenjivanje ispita:

Raspon bodova	Ocjena ispita
0,00-49,99	nedovoljan (1)
50,00-59,99	dovoljan (2)

	60,00-74,99	dobar (3)	
	75,00-89,99	vrlo dobar (4)	
	90,00-100,00	izvrstan (5)	
<i>1.33. Obvezatna literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)</i>			
1. Materijali sa e-učenja			
2. Tkalac Verčić, A., Sinčić Ćorić, D., Pološki Vokić, N. (2010): Priručnik za metodologiju istraživačkog rada. Zagreb: M.E.P.d.o.o.			
<i>1.34. Dopunska literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)</i>			
1. Bedeković, V. (2011). Osnove metodologije stručnog i znanstvenog rada. Virovitica: Visoka škola za menadžment u turizmu i informatici.			
2. Zelenika, R. (2011). Metodologija i tehnologija izrade znanstvenog i stručnog djela. Rijeka: Ekonomski fakultet u Rijeci.			
<i>1.35. Broj primjeraka obvezatne literature u odnosu na broj studenata koji trenutačno pohađaju nastavu na predmetu</i>			
	<i>Naslov</i>	<i>Broj primjeraka</i>	<i>Broj studenata</i>
	Tkalac Verčić, A., Sinčić Ćorić, D., Pološki Vokić, N. (2010): Priručnik za metodologiju istraživačkog rada. Zagreb: M.E.P.d.o.o.	5	25
<i>1.36. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija</i>			
Evaluacija nastave, studentska anketa			



Nositelj predmeta	mr. sc. Zrinka Friganović Sain, pred. Viktor Vojnić mag. educ. phil. et philol. angl. (asistent)	
Naziv predmeta	Poslovno komuniciranje na engleskom jeziku 1	
Studijski program	Kreativni menadžment u procesima	
Status predmeta	Obvezni	
Godina	1/I	
Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave	ECTS koeficijent opterećenja studenata	4
	Broj sati (P+V+S)	15+0+30

8. OPIS PREDMETA

1.37. Ciljevi predmeta

Cilj kolegija je obratiti pozornost na najvažnije dijelove engleske gramatike koji će pomoći studentima kako u usmenoj i pisanoj komunikaciji unutar struke, tako i u formalnoj i neformalnoj komunikaciji s potencijalnim partnerima i kolegama. Standardni poslovni engleski jezik jako se razlikuje od svakodnevnog, općeg jezika, ne samo u terminologiji, te obuhvaća puno šire područje koje ovaj kolegij želi približiti studentima poput: poslovnog bontona, poslovnog dopisivanja, usvajanja vještine slušanja i razumijevanja usmene komunikacije u poslovnom kontekstu. Razvijanje sposobnosti kritičkog razmišljanja na engleskom jeziku također je od velike važnosti budući da ovom vještinom treba (o)vladati i na materinjem jeziku.

Kolegij obuhvaća stručnu terminologiju, prijevode, pisanje molbe za zaposlenje, osnove poslovnog dopisivanja, pisanje životopisa i drugih relevantnih dokumenata. Cilj kolegija je osposobiti studente za razumijevanje standardnog poslovnog jezika u različitim okruženjima (na poslu, na fakultetu, ...) ali i podučiti ih različitim komunikacijskim vještinama poput vještine prezentiranja podataka. Po završenom kolegiju studenti bi trebali biti sposobni opisivati različita iskustva vezana uz razumijevanje poslovne prakse i poslovne stvarnosti na nivou Independent User Framework (B1, B2).

1.38. Uvjeti za upis predmeta

Nema

1.39. Očekivani ishodi učenja za predmet

1. definirati i objasniti temeljne pojmove iz područja obuhvaćenih osnovnom temom poglavlja u udžbeniku
2. aktivno koristiti gramatičke cjeline koje su uključene u određeno poglavlje u udžbeniku
3. identificirati i primijeniti usmene komunikacijske vještine uključene u određeno poglavlje u udžbeniku
4. analizirati i primijeniti vještine u pisanoj komunikaciji uključene u određeno poglavlje u udžbeniku
5. razviti i primijeniti tehniku slušanja izvornih i neizvornih govornika engleskog jezika i vođenja zabilježki
6. oblikovati poslovni dopis na engleskom jeziku

1.40. Sadržaj predmeta

U kolegiju se obrađuju sljedeće teme: Zapošljavanje; Tržišta; Komunikacije; Inovacije.

Gramatička poglavlja obuhvaćaju obradu sljedećih jezičnih cjelina: Articles, Verb tenses, Plural forms, Possesives and apostrophes.

Obrada svakog pojedinog poglavlja uključuje stavljanje naglaska na kulturološka osviještenost polaznika koji u procesu učenja trebaju steći i veću interkulturalnu kompetenciju. Ovisno o razini znanja određene grupe studenata, rade se studije slučaja i prezentacije vezane za osnovnu temu, u čiju izradu su uključeni i sami polaznici, kroz aktivnosti vršnjačkog vrednovanja.

Poslovno dopisivanje obuhvaća sljedeće: dijelovi poslovnog dopisa; primjeri poslovnog dopisa; sastavljanje poslovnog dopisa, tipična frazeologija u poslovnom dopisivanju, različiti tipovi poslovnog dopisivanja.

1.41. Vrste izvođenja nastave	<input checked="" type="checkbox"/> predavanja <input checked="" type="checkbox"/> seminari i radionice <input checked="" type="checkbox"/> vježbe <input checked="" type="checkbox"/> obrazovanje na daljinu <input type="checkbox"/> terenska nastava	<input checked="" type="checkbox"/> samostalni zadaci <input checked="" type="checkbox"/> multimedija i mreža <input type="checkbox"/> laboratorij <input type="checkbox"/> mentorski rad <input type="checkbox"/> ostalo <hr/>																																																																			
1.42. Komentari																																																																					
1.43. Obveze studenata																																																																					
<ul style="list-style-type: none"> – Izraditi dva pismena zadatka – Izraditi poslovni dopis na engleskom jeziku 																																																																					
1.44. Ocjenjivanje, vrednovanje i praćenje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu																																																																					
<p>Moguća su dva oblika vrednovanja postignuća:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kontinuirana provjera tijekom nastave - Pristupanje ispitu 																																																																					
Kontinuirana provjera:																																																																					
<table border="1"> <thead> <tr> <th>ishod</th> <th>Aktivnosti na nastavi</th> <th>Zadatak 1</th> <th>Zadatak 2</th> <th>Poslovni dopis</th> <th>Prag</th> <th>Max</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>I1</td><td>2%</td><td>10%</td><td></td><td></td><td>6%</td><td>12%</td></tr> <tr><td>I2</td><td>1%</td><td>15%</td><td></td><td></td><td>8%</td><td>16%</td></tr> <tr><td>I3</td><td>2%</td><td></td><td>8%</td><td></td><td>5%</td><td>10%</td></tr> <tr><td>I4</td><td>1%</td><td></td><td>9%</td><td></td><td>5%</td><td>10%</td></tr> <tr><td>I5</td><td>2%</td><td></td><td>8%</td><td></td><td>5%</td><td>10%</td></tr> <tr><td>I6</td><td>2%</td><td></td><td></td><td>40%</td><td>21%</td><td>42%</td></tr> <tr><td>Udio u ECTS</td><td>0,4</td><td>1</td><td>1</td><td>1,6</td><td></td><td>4</td></tr> <tr><td>Ukupno</td><td>10%</td><td>25%</td><td>25%</td><td>40%</td><td>50%</td><td>100%</td></tr> </tbody> </table>	ishod	Aktivnosti na nastavi	Zadatak 1	Zadatak 2	Poslovni dopis	Prag	Max	I1	2%	10%			6%	12%	I2	1%	15%			8%	16%	I3	2%		8%		5%	10%	I4	1%		9%		5%	10%	I5	2%		8%		5%	10%	I6	2%			40%	21%	42%	Udio u ECTS	0,4	1	1	1,6		4	Ukupno	10%	25%	25%	40%	50%	100%						
ishod	Aktivnosti na nastavi	Zadatak 1	Zadatak 2	Poslovni dopis	Prag	Max																																																															
I1	2%	10%			6%	12%																																																															
I2	1%	15%			8%	16%																																																															
I3	2%		8%		5%	10%																																																															
I4	1%		9%		5%	10%																																																															
I5	2%		8%		5%	10%																																																															
I6	2%			40%	21%	42%																																																															
Udio u ECTS	0,4	1	1	1,6		4																																																															
Ukupno	10%	25%	25%	40%	50%	100%																																																															
Ispitni rok:																																																																					
<table border="1"> <thead> <tr> <th>ishod</th> <th>Poslovni dopis</th> <th>Usmeni ispit</th> <th>Prag</th> <th>Max</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>I1</td><td></td><td>12%</td><td>6%</td><td>12%</td></tr> <tr><td>I2</td><td></td><td>12%</td><td>6%</td><td>12%</td></tr> <tr><td>I3</td><td></td><td>12%</td><td>6%</td><td>12%</td></tr> <tr><td>I4</td><td></td><td>12%</td><td>6%</td><td>12%</td></tr> <tr><td>I5</td><td></td><td>12%</td><td>6%</td><td>12%</td></tr> <tr><td>I6</td><td>40%</td><td></td><td>20%</td><td>40%</td></tr> <tr><td>Udio u ECTS</td><td></td><td></td><td></td><td>4</td></tr> <tr><td>Ukupno</td><td>40%</td><td>60%</td><td>50%</td><td>100%</td></tr> </tbody> </table>	ishod	Poslovni dopis	Usmeni ispit	Prag	Max	I1		12%	6%	12%	I2		12%	6%	12%	I3		12%	6%	12%	I4		12%	6%	12%	I5		12%	6%	12%	I6	40%		20%	40%	Udio u ECTS				4	Ukupno	40%	60%	50%	100%																								
ishod	Poslovni dopis	Usmeni ispit	Prag	Max																																																																	
I1		12%	6%	12%																																																																	
I2		12%	6%	12%																																																																	
I3		12%	6%	12%																																																																	
I4		12%	6%	12%																																																																	
I5		12%	6%	12%																																																																	
I6	40%		20%	40%																																																																	
Udio u ECTS				4																																																																	
Ukupno	40%	60%	50%	100%																																																																	
Ocjenjivanje ispita:																																																																					
<table border="1"> <thead> <tr> <th>Raspon bodova</th> <th>Ocjena ispita</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>0,00-49,99</td><td>nedovoljan (1)</td></tr> <tr><td>50,00-59,99</td><td>dovoljan (2)</td></tr> <tr><td>60,00-74,99</td><td>dobar (3)</td></tr> <tr><td>75,00-89,99</td><td>vrlo dobar (4)</td></tr> <tr><td>90,00-100,00</td><td>izvrstan (5)</td></tr> </tbody> </table>	Raspon bodova	Ocjena ispita	0,00-49,99	nedovoljan (1)	50,00-59,99	dovoljan (2)	60,00-74,99	dobar (3)	75,00-89,99	vrlo dobar (4)	90,00-100,00	izvrstan (5)																																																									
Raspon bodova	Ocjena ispita																																																																				
0,00-49,99	nedovoljan (1)																																																																				
50,00-59,99	dovoljan (2)																																																																				
60,00-74,99	dobar (3)																																																																				
75,00-89,99	vrlo dobar (4)																																																																				
90,00-100,00	izvrstan (5)																																																																				
1.45. Obvezatna literatura																																																																					

1. Materijali i vježbe postavljeni na platformu za e-učenje
2. Odabrana poglavlja iz dopunske literature

1.46. Dopunska literatura

1. Trappe, T., Tullis, G. (2013): *Intelligent Business – Intermediate Business English*, Pearson Longman, The Economist, Pearson Education Limited
2. Lannon, J.M., Gurak, L.J. (2015). *Technical Communication*: Pearson Education Limited
3. Lannon, J.M., Gurak, L.J. (2007). *A Concise Guide to Technical Communication*: Pearson Education Limited
4. Hybels, S., Weaver II, R.L. (2012). *Communicating Effectively*: The McGraw-Hill Companies Inc.
5. Eastwood, J. (2011): *Oxford Practice Grammar*, Oxford University Press 2.
6. Duckworth, M.: (2003): *Business Grammar and Practice*, Oxford University Press 3.
7. *Oxford Business English Dictionary* (2006), Oxford University Press 4.
8. Mascull, B. (2007): *Business Vocabulary in Use*, Cambridge University Press
9. Bishop, R. H. (2002). *The Mechatronics Handbook*. Boca Raton: CRC Press.
10. Powel, D., Walker E. (2008). *Grammar Practice for Upper Intermediate Students with key*: Pearson Education Limited
11. Swan, M. (2016). *Practical English Usage*: Oxford University Press.
12. Solórzano, H., Frazier, L. (2009). *Contemporary Topics 1: Intermediate Academic Listening and Note-Taking Skills*: Pearson Education Limited
13. Sahanaya, W., Lindeck, J., Stewart, R. (2012). *Preparation and Practice: Reading and Writing. Academic Module*: Oxford University Press, ANZ English
14. Oshima, A., Hogue, A. (2006). *Writing Academic English*: Pearson Longman
15. Riordan, Daniel G. (2014) *Technical Report Writing Today*, Cengage Learning.

1.47. Broj primjeraka obvezatne literature u odnosu na broj studenata koji trenutačno pohađaju nastavu na predmetu

Naslov	Broj primjeraka	Broj studenata

1.48. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija

Evaluacije nastave; studentska anketa