
		<b>УНИВЕРЗИТЕТ У ИСТОЧНОМ САРАЈЕВУ</b> <b>ЕКОНОМСКИ ФАКУЛТЕТ ПАЛЕ</b>						
		<i>Студијски програм другог циклуса: Пословно управљање</i>						
		Други циклус студија		Смјер: Менаџмент				
<b>Пун назив предмета</b>		<b>Бренд менаџмент</b>						
<b>Катедра</b>		Катедра за маркетинг и менаџмент, Економски факултет Брчко						
<b>Шифра предмета</b>		<b>Статус предмета</b>		<b>Семестар</b>		<b>ECTS</b>		
ПУИСП03		Изборни		II		5		
<b>Наставник/ -ци</b>		проф. др Никола Глуховић						
<b>Сарадник/ -ци</b>								
<b>Фонд часова/ наставно оптерећење (седмично)</b>			<b>Индивидуално оптерећење студента (у сатима семестрално)</b>			<b>Коефицијент студентског оптерећења S<sub>0</sub><sup>1</sup></b>		
П	АВ	ЛВ	П	АВ	ЛВ	S <sub>0</sub>		
2	1	Z	2*15*5,6	1*15*5,6	0*15*5,6	5,6		
укупно наставно оптерећење (у сатима, семестрално) X*15 + Y*15 + Z*15 = W 30 + 15 + 0 = 45h			укупно студентско оптерећење (у сатима, семестрално) 2*15*5,6 + 1*15*5,6 + 0*15*5,6 = T 168 + 84 + 0 = 252h					
Укупно оптерећење предмета (наставно + студентско): W + T = U <sub>опт</sub> сати семестрално 45h + 252h = 297h U <sub>опт</sub>								
<b>Исходи учења</b>		Након што положи овај предмет студенти ће бити у стању да разумеју допринос корпоративног и бренда производа у креирању конкурентске предности компаније, начин креирања елемената идентитета и имиџа бренда, те стратешку и оперативну подршку бренду кроз позиционирање и градњу маркетинг програма						
<b>Условљеност</b>		Нема условљености						
<b>Наставне методе</b>		1. ех катедра 40% 2. презентације 20% 3. гости предавачи 20% 4. припрема пројеката 20%						
<b>Садржај предмета по седмицама</b>		Садржај предмета: 1. Концепцијска платформа брендирања 2. Идентитетска платформа брендирања 3. Имовинска вредност бренда 4. Позиционирање бренда 5. Стратегије категоријалног брендирања 6. Стратегија екстензије бренда 7. <i>Први тест</i> 8. Повезивање и удруживање брендова – кобрендинг 9. Управљање маркетинг програмом бренда 10. Управљање вредношћу бренда 11. Стратегијско управљање луксузним брендом 12. Оперативно управљање луксузним брендом 13. Структура тржишта луксуза 14. Трансфер идентитета бренда на луксузни производ 15. <i>Други тест</i>						
<b>Обавезна литература</b>								
<b>Аутор/ и</b>		<b>Назив публикације, издавач</b>		<b>Година</b>	<b>Странице (од-до)</b>			
Глуховић Н.,		Бренд менаџмент, Завод за уџбенике и наставна средства И. Сарајево,		2014.				
Глуховић, Н.,		Управљање луксузним брендом, Завод за уџбенике и наставна средства И. Сарајево,		2019.				
<b>Допунска литература</b>								
<b>Аутор/ и</b>		<b>Назив публикације, издавач</b>		<b>Година</b>	<b>Странице (од-до)</b>			
Keller, K.L.,		Strategic Brand Management, Prentice Hall, NY,		2012.				
<b>Обавезе, облици провере знања и оцењивање</b>		<b>Врста евалуације рада студента</b>			<b>Бодови</b>	<b>Процент</b>		
		Предиспитне обавезе						
		нпр. присуство предавањима/ вјежбама			5	5%		
		активности на настави			5	5%		
		нпр. позитивно оцењен сем. рад/ пројекат/ есеј			20	20%		
		нпр. студија случаја – групни рад						
		нпр. тест/ колоквијум			15	15%		
		нпр. тест/ колоквијум			15	15%		
		нпр. рад у лабораторији/ лаб. вјежбе						
нпр. практични рад								
Завршни испит								
нпр. завршни испит (усмени/ писмени)			40	40%				
УКУПНО			100	100 %				
<b>Web страница</b>		<a href="http://ekofis.ues.rs.ba/sr-yu/ii-ciklus-studija/studijски-programi/poslovno-upravljanje.html">http://ekofis.ues.rs.ba/sr-yu/ii-ciklus-studija/studijски-programi/poslovno-upravljanje.html</a>						
<b>Датум овјере</b>		(629/19 22.3.2019.)						

\* користећи опцију инсерт мод унијети онолико редова колико је потребно

<sup>1</sup> Коефицијент студентског оптерећења S<sub>0</sub> се рачуна на следећи начин:

а) за студијске програме који не иду на лиценцирање: S<sub>0</sub> = (укупно оптерећење у семестру за све предмете 900 h – укупно наставно оптерећење П+В у семестру за све предмете h) / укупно наставно оптерећење П+В у семестру за све предмете h = \_\_\_\_ . Погледати садржај обрасца и објашњење.

б) за студијске програме који иду на лиценцирање потребно је користити садржај обрасца и објашњење.