

**UNIVERZITET ZA POSLOVNI INŽENJERING I MENADŽMENT
BANJA LUKA**

Akadska 2014/15 godina.

**PREDMET:
MARKETING NEPROFITNIH
ORGANIZACIJA**

Nastavnik: Doc. dr Branislav Mitić

E-mail: mmmbane@gmail.com

Saradnik:

Konsultacije:

23. 10. 2014. 15.30-17.00

14. 11. 2014. 14.30-15.30

28. 11. 2014. 14.30-15.30

Literatura:

- Branislav Mitić: *Marketing neprofitnih organizacija*, Univerzitet za poslovni inženjering i menadžment, Banja Luka, 2012.

Nastava:

- Prema rasporedu

1. PREGLED AKTIVNOSTI

Tabela 1a: Plan rada na predavanjima

Datum	PREDAVANJA
	<p>Pojam civilnog društva Aspekti delovanja društvenih pokreta Definisane neprofitnog sektora Neprofitne organizacije – pojam i funkcije Klasifikacija organizacija u okviru neprofitnog sektora Razvoj i performanse socijalnih preduzeća u okviru neprofitnog sektora Modeli socijalnih preduzeća u oblasti radne integracije Komparacija različitih izvora finansiranja neprofitnih organizacija Pojam društveno odgovornog poslovanja Koncept društveno odgovornog poslovanja u međunarodnim okvirima Modaliteti davanja sredstava u domenu društveno odgovornog poslovanja Društvena odgovornost marketinga Uloga medija u razvoju korporativne društvene odgovornosti Filantropija Pojam volonterstva Motivacija za volonterski angažman Načini volontiranja i rad sa volonterima Marketing u sferi umetničkog stvaralaštva Marketing u sportu Humanitarne kampanje Angažovanje poznatih ličnosti u promociji dobrotvornih akcija Politički marketing Lični marketing Ekološki marketing</p>

Tabela 2b: Plan rada na vežbama

Nedelja	VEŽBE
	<p>Razvoj neprofitnog sektora; principi saradnje i koordinacije u okviru neprofitnog sektora Oblici integracije u neprofitnom sektoru - PRIMERI Odnos neprofitnog sektora sa državom Odnos neprofitnog sektora i lokalne vlasti – PRIMERI Komunikacija u okviru neprofitnih organizacija Značaj motivacije u neprofitnim organizacijama Pojam i geneza neprofitnog marketinga Marketing u neprofitnim organizacijama - PRIMERI Planiranje i marketinške strategije u neprofitnim organizacijama Oblasti primene marketinga u neprofitnim organizacijama i m. Miks - PRIMERI Komparacija neprofitnog i konvencionalnog marketinga Institucionalni okvir za funkcionisanje neprofitnih organizacija Budžet neprofitnih organizacija - PRIMERI Prikupljanje sredstava za neprofitne organizacije Donatorstvo - PRIMERI Sponzorstvo – PRIMERI Javno zagovaranje i lobiranje; lobiranje za neprofitne organizacije - PRIMERI Marketing u okviru obrazovnih institucija - PRIMERI Marketing u oblasti visokog obrazovanja - PRIMERI Marketing verskih zajednica – PRIMERI</p>

Tabela 3: Raspored pismenih parcijalnih provera znanja

Parcijalna provjera znanja	Planirana radna nedelja sa datumom povjere
I pismena parcijalna provera	
II pismena parcijalna provera	

Tabela 3.:Struktura ocene:

Aktivnost	Bodova
Seminarski rad	30
Odbrana seminarskog rada (usmeno)	30
Usmeni ispit	40

Obavezna štampana forma seminarskog rada pre odbrane

Tabela 4: Skala ocenjivanja

Bodovi		Ocjena	
OD	DO	Brojčana	Opisna
0	50	5	Nije položio
51	60	6	Dovoljan
61	70	7	Dobar
71	80	8	Vrlo dobar
81	90	9	Odličan
91	100	10	Izuzetan

2. PROVERA ZNANJA

Usmeni ispit: u redovnim ispitnim rokovima.

3. UPUTSTVO ZA IZRADU SEMINARSKOG RADA:

PREPORUKA STRUKTURE SEMINARSKOG RADA (obim: 10-20 st.):

- 1. Naslovna strana
- 2. Sadržaj

- 3. Uvod
- 4. Tematska razrada (sa odgovarajućim naslovima i podnaslovima)
- 5. Zaključak
- 6. Literatura

IZGLED SEMINARSKOG RADA:

- A4
- Margine: po 2 cm, osim leve margine koju treba podesiti na 3 cm
- Vrsta slova: Times New Roman, veličine 12
- Prored između redova je 1.
- Paragraf – Spacing before & after: podesiti na 0
- Svaku stranicu rada numerisati (osim naslovne strane)

NASLOVNA STRANA I SADRŽAJ

- Naziv univerziteta i naziv fakulteta; podaci se ispisuju na vrhu strane, centrirano, veličine 16 pt, jedan ispod drugog, ili staviti logo. Nemojte oba!
- *Sadržaj se stavlja na početku rada, odmah iza naslovne strane.*
- *U sadržaju moraju biti uvršteni svi naslovi i podnaslovi sa numeracijom strana.*

I UVOD (10-15% ukupnog teksta)

- Podrazumeva opšti pristup izabranoj temi

II CENTRALNI DEO (oko 70% ukupnog teksta)

- To je suština seminarskog rada - obrađuje se izabrana tematska oblast.
- Naslove poglavlja i podnaslove treba numerisati: Naslovi poglavlja – 1. Naslovi potpoglavlja – 1.1. , 1.2. , 1.3. , itd.
- Koristiti fusnote u tekstu: stavljaju se pri dnu stranice i sadrže sve ono što bi u tekstu otežavalo čitanje i razumevanje (bibliografske reference, objašnjenja koja su korisna ili zanimljiva ali nisu neophodna, citati na stranom jeziku).
- Obeležavanje u tekstu, npr.: ...imaju više segmenata:¹
- Primer za fusnote: Autor, Delo, Izdavač, Mesto i godina, broj strane na kojoj se nalazi citirani tekst.
- Za grafikone, tabele, slike: Red. broj, Naslov (bold); ispod: Izvor.

III ZAKLJUČAK (oko 10-15% ukupnog teksta)

- Rezime iznete materije i zaključne napomene; mogu i smernice za dalja istraživanja u toj oblasti.

LITERATURA

- Navođenje literature je obavezno.
- U literaturi navoditi SAMO ono što je u radu citirano.
- Nalazi se na kraju rada, NUMERIŠE SE i piše se na sledeći način:

Knjige:

1. Abilava, H.: *Explaining Foreign Direct Investment in Transition*, National University KMA, Kiev, 2006.

Časopisi:

2. Mitić, B.: “Priliv SDI u Srbiju iz zemalja EU i finansijska pomoć EU u procesu pristupanja“, *Tržište-Novac-Kapital* br. 4/2007, PKS, Beograd, 2007.

Internet izvori:

3. <http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/eurostat/home>

3.2. FORMA NASLOVNE STRANE SEMINARSKOG RADA

**UNIVERZITET ZA POSLOVNI INŽENJERING I MENADŽMENT
BANJA LUKA
Diplomski studijski program:**

**Seminarski rad:
NEPROFITNI SEKTOR I LOKALNA VLAST**

Mentor: doc.dr Branislav Mitić

Student: Jovana Jovanić, ind. M000/11

BANJA LUKA, april 2014.god.

3.2.a SPISAK TEMA ZA SEMINARSKI RAD

1. Nefitni sektor u svetu (konkretni primeri)
2. Nefitni sektor i lokalna vlast (primer projekta)
3. Socijalna preduzeća (primer)
4. Socijalni marketing mix (primer)
5. Budžet nefitne organizacije (primer)
6. Donatorstvo (konkretni primeri, kritički osvrt)
7. Sponzorstvo (konkretni primeri, kritički osvrt)
8. DOP (konkretni primer, kritički osvrt)
9. Volontiranje i humanitarni rad (primer)
10. Marketing u sportu (primeri)
11. Politički marketing (primeri)
12. Marketing verskih zajednica (primeri)

4. PITANJA ZA USMENI ISPIT

1. Pojam civilnog društva
2. Definisane nefitnog sektora
3. Odnos nefitnog sektora sa državom
4. Nefitne organizacije – pojam i funkcije
5. Modeli socijalnih preduzeća u oblasti radne integracije
6. Marketing u nefitnim organizacijama
7. Institucionalni okvir za funkcionisanje nefitnih organizacija
8. Donatorstvo
9. Sponzorstvo
10. Samofinisanje nefitnih organizacija
11. Pojam društveno odgovornog poslovanja
12. Modaliteti davanja sredstava u domenu društveno odgovornog poslovanja
13. Filantropija
14. Motivacija za volonterski angažman
15. Načini volontiranja i rad sa volonterima
16. Pojam lobiranja
17. Lobiranje za nefitne organizacije
18. Marketing u okviru obrazovnih institucija
19. Marketing u sferi umetničkog stvaralaštva
20. Marketing u sportu
21. Humanitarne kampanje
22. Politički marketing
23. Marketing verskih zajednica
24. Lični marketing
25. Ekološki marketing

PREDMETNI NASTAVNIK:

(Doc. dr.Branislav Mitić)