

UNIVERZITET ZA POSLOVNI INŽENJERING I MENADŽMENT  
BANJA LUKA

Akadska 2018/19 godina

PREDMET:  
**MARKETING NEPROFITNIH  
ORGANIZACIJA**

**Predavač: doc. dr Saša Mitrić**  
E-mail: [sasamitric.bl@gmail.com](mailto:sasamitric.bl@gmail.com)

**Asistent:**

**Konsultacije:** u terminima nakon predavanja

**Literatura:**

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

Ostala literatura:

- Meler M.: *Neprofitni marketing*, Sveučilište u Osijeku, EF u Osijeku, 2003.
- Kotler Ph.: *Marketing for Nonprofit Organizations*, Prentice-Hall, Inc., New Jersey.

**Nastava:**

- Prema rasporedu

## 1. PREGLED AKTIVNOSTI

**Tabela 1: Plan rada na predavanjima**

<b>Termini</b>	<b>TEMATSKE CJELINE</b>
Termin 1. (2 časa)	Uvodno obraćanje; Neprofitni marketing – uvodne napomene; Marketing u savremenim uslovima; Pojam civilnog društva; Koncepti civilnog društva i aspekti djelovanja društvenih pokreta;
Termin 2. (2 časa)	Neprofitni sektor – terminološka određenja; Razvoj neprofitnog sektora; Neprofitni sektor u SAD i EU; Partnerstva u neprofitnom sektoru; Oblici integracije u neprofitnom sektoru; Odnos neprofitnog sektora sa državom; Odnos neprofitnog sektora i lokalne vlasti;
Termin 3. (2 časa)	Neprofitne organizacije; Funkcije neprofitnih organizacija; Socijalna preduzeća; Vođenje neprofitnih organizacija; Neprofitno preduzetništvo;
Termin 4. (2 časa)	Pojam i geneza neprofitnog marketinga; Marketing u neprofitnim organizacijama; Planiranje i marketinške strategije u neprofitnim organizacijama; Oblasti primjene marketinga u neprofitnim organizacijama i marketing miks; Komparacija neprofitnog i konvencionalnog marketinga;
Termin 5. (2 časa)	Institucionalni okvir za funkcionisanje neprofitnih organizacija; Finansiranje neprofitnih organizacija – upravljanje finansijama, budžet NO; Prikupljanje sredstava za neprofitne organizacije; Donatorstvo i sponzorstvo;
Termin 6. (2 časa)	Samofinansiranje; Komparacija različitih izvora finansiranja; Društveno odgovorno poslovanje – pojam, koncept; Društvena odgovornost marketinga; Uloga medija u razvoju korporativne društvene odgovornosti;
Termin 7. (2 časa)	Filantropija; Volonterstvo; Javno zagovaranje i lobiranje; Marketing u obrazovanju; Marketing u kulturi i umjetnosti;

Termin 8. (2 časa)	Marketing u sportu; Marketing humanitarnih akcija i kampanja; Angažovanje poznatih ličnosti u promociji dobrotvornih akcija; Volonteri i pomoć osobama sa posebnim potrebama;
Termin 9. (2 časa)	Politički marketing; Marketing vjerskih zajednica; Lični marketing; Ekološki marketing;
Termin 10. (2 časa)	Ukratko o marketingu u javnom sektoru; Neprofitni marketing kroz primjere; Komentari i rasprava;

**Plan rada na vježbama** ( u terminima nakon predavanja ):

- Pojašnjavanje komplikovanih i nejasnih tematskih cjelina;
- Ponavljanje i uvježbavanje materije predmeta;
- Seminarski radovi - usmene odbrane.

**2. TEME ZA SEMINARSKI RAD:** u dogovoru sa predavačem.

**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 lijeve 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 sadržaj moraju biti uvršteni svi naslovi i podnaslovi sa numeracijom strana.

#### I UVOD (10-15% ukupnog teksta)

- Podrazumijeva opšti pristup izabranoj temi

#### II CENTRALNI DIO (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 razumijevanje (bibliografske reference, objašnjenja koja su korisna ili zanimljiva ali nisu neophodna, citati na stranom jeziku i sl.).

Obilježavanje u tekstu, npr.: ...imaju više segmenata<sup>1</sup>

Primjer za fusnote: Autor, Dijelo, Izdavač, Mjesto 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 iznijete materije i zaključne napomene; mogu i smjernice 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 sljedeći 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. ISPITNA PITANJA:** tematske cjeline iz programa predavanja.

#### 4. NAČINI POLAGANJA ISPITA

**Prva mogućnost:**

Parcijalne pismene provjere znanja I i II.

I Parcijalna pismena provjera znanja (**max. 25 poena**)

Smatra se da je student **položio** ako osvoji min. **15 poena**.

II Parcijalna pismena provjera znanja (**max. 25 poena**)

**Uslov: položen I PP.**

Smatra se da je student **položio** ako osvoji min. **15 poena**.

Način bodovanja za ocjenu sljedeći:

<b>Aktivnost</b>	<b>Bodovi</b>
I PARCIJALNA P.PROVJERA ZNANJA	<b>25</b>
II PARCIJALNA P.PROVJERA ZNANJA	<b>25</b>
+ Usmeni ispit	<b>20</b>
Seminarski rad sa usmenom odbranom	<b>15</b>
Aktivnost na nastavi	<b>15</b>

**Druga mogućnost:**

Integralni pismeni ispit (**max. 50 poena**).

Smatra se da je student **položio** ako osvoji min. **30 poena**.

Način bodovanja za ocjenu sljedeći:

<b>Aktivnost</b>	<b>Bodovi</b>
INTEGRALNA P.PROVJERA ZNANJA	<b>50</b>
+ Usmeni ispit	<b>20</b>
Seminarski rad sa usmenom odbranom	<b>15</b>
Aktivnost na nastavi	<b>15</b>

**Treća mogućnost:**

Integralni usmeni ispit (**max. 70 poena**).

Način bodovanja za ocjenu sljedeći:

<b>Aktivnost</b>	<b>Bodovi</b>
INTEGRALNA U.PROVJERA ZNANJA	<b>70</b>
Seminarski rad sa usmenom odbranom	<b>15</b>
Aktivnost na nastavi	<b>15</b>

**Skala ocjenjivanja:**

Bodovi		Ocjena	
OD	DO	Brojčana	Opisna
0	54	5	Nedovoljan
55	64	6	Dovoljan
65	74	7	Dobar
75	84	8	Vrlo dobar
85	94	9	Odličan
95	100	10	Izuzetan

Doc.dr Saša Mitrić