

	<b>UČNI NAČRT PREDMETA/COURSE SYLLABUS</b>
<b>Predmet:</b>	<b>Mednarodni marketing</b>
<b>Course title</b>	<b>International Marketing</b>

<b>Študijski program in stopnja</b> Study programme and level	<b>Študijska smer</b> Study field	<b>Letnik</b> Academic year	<b>Semester</b> Semester
Upravljanje poslovnih in informacijskih sistemov / 2. stopnja	Upravljanje poslovnih sistemov	1.	2.
Business and Information Systems Management / 2 <sup>nd</sup> Cycle	Business Systems Management	1 <sup>st</sup>	2 <sup>nd</sup>

**Vrsta predmeta/Course type** modularni/module

**Univerzitetna koda predmeta/University course code** 2\_UPS\_1\_M2\_UN3

<b>Predavanja</b> Lectures	<b>Seminar</b> Seminar	<b>Sem. vaje</b> Tutorial	<b>Lab. vaje</b> Laboratory work	<b>Teren. vaje</b> Field work	<b>Samost. delo</b> Individ. work	<b>ECTS</b>
15		10			155	6

**Nosilec predmeta/Lecturer:** izr. prof. dr. Nevenka Maher

<b>Jezik/</b> <b>Languages:</b>	<b>Predavanja/Lectures:</b>	slovenski/Slovenian
	<b>Vaje/Tutorial:</b>	slovenski/Slovenian

**Pogoji za vključitev v delo oz. za opravljanje študijskih obveznosti:** **Prerequisites:**

<ul style="list-style-type: none"> <li>• pogoj za vključitev v delo je vpis v prvi letnik študijskega programa,</li> <li>• študent mora pred izpitom pripraviti in predstaviti projektno nalogo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• the condition for inclusion is entry in the first year of study,</li> <li>• student has to prepare, present and defend a project paper before the exam.</li> </ul>
---	---

**Vsebina:** **Content (Syllabus outline):**

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mednarodno trženje. Adaptacija ali standardizacija. Dejavniki globalizacije trgov. Mednarodni trženjski splet. Razumevanje tujega poslovnega okolja. Makroekonomsko okolje.</li> <li>• Kulturni dejavniki in vloga organizacijske kulture. Nacionalne kulture in poslovne navade. Medkulturna pogajanja.</li> <li>• Internacionalizacija in strategija vstopa na tuje trge. Modeli in</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• International marketing. Adaptation or standardization. Market globalization factors. International marketing mix. Understanding the foreign business environment. Macroeconomic environment.</li> <li>• Cultural factors and the role of organizational culture. National cultures and business habits. Intercultural negotiations.</li> <li>• Internationalization and strategy of</li> </ul>
---	--

<p>koncepti internacionalizacije poslovanja. Strategije vstopa na tuje trge – trgovinske oblike. Strategije vstopa na tuje trge – netrgovinske oblike. Strategije vstopa na tuje trge – neposreden vstop.</p>	<p>entering foreign markets. Models and concepts of internationalization of business. Strategies of entering foreign markets - trading forms. Strategies of entering foreign markets - non-trading forms. Strategies entering foreign markets - direct entry.</p>
---	---

**Temeljna literatura in viri/Readings:**

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hollensen, S. (1998). Global Marketing: A market-responsive approach. London: Prentice Hall.</li> <li>• Keegan, W. (2001). Global Marketing Management. International Edition. 7th Edition. Harlow: Pearson Education.</li> <li>• Tayeb, M. (ur.). (2000). International Business: Theories, Policies and Practices. Harlow: Pearson Education.</li> </ul>
---

**Cilji in kompetence:**

**Objectives and competences:**

<p><i>Učna enota prispeva predvsem k razvoju naslednjih splošnih in specifičnih kompetenc:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• celovito kritično mišljenje in sposobnost analize, sinteze in predvidevanje rešitev ter posledic problemov s področij ekonomskih, poslovnih, upravnih, organizacijskih, naravoslovno-matematičnih in drugih družbenih ved (interdisciplinarnost),</li> <li>• obvladovanje raziskovalnih metod postopkov, procesov in tehnologije,</li> <li>• usposobljenost za prezentiranje pridobljenega temeljnega znanja in raziskovalnih dognanj v obliki projektne, aplikativne, razvojnoraziskovalne naloge ali strokovnega članka,</li> <li>• celostno obvladovanje temeljnega znanja mikro- in makroekonomije, strateškega menedžmenta, marketinga, sodobnih organizacijskih teorij in metodologije raziskovanja ter njegova interdisciplinarna uporaba,</li> <li>• razumevanje in uporaba metod kritične analize in razvoja teorij ter njihova uporaba pri reševanju problemov s področja upravljanja in poslovanja,</li> <li>• sposobnost kreativne uporabe znanja v poslovnem okolju,</li> <li>• razvoj veščin in spretnosti v</li> </ul>	<p><i>The learning unit mainly contributes to the development of the following general and specific competences:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• comprehensive critical thinking, the competence for analysis, synthesis and anticipating solutions in the field of economic, business, management and organizational sciences, as well as natural-mathematical and other social sciences (interdisciplinarity),</li> <li>• mastering the research methods of procedures, processes and technology,</li> <li>• the ability to present the acquired fundamental knowledge and research findings in the form of a project assignment, applied, development-research paper or professional article,</li> <li>• comprehensive management of the fundamental knowledge of micro- and macroeconomics, strategic management, marketing, contemporary organizational theories and methodology of research as well as its interdisciplinary application,</li> <li>• knowledge and understanding of methods of critical analysis and theories development and their use in solving problems in the field of business and management,</li> <li>• the ability of creative use of</li> </ul>
---	--

<p>uporabi znanja na področju ekonomije, menedžmenta, marketinga, organizacije, trženja, prava, kadrov ...,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• uporaba informacijske komunikacijske tehnologije in sistemov kot vir informacij, komunikacijskega sredstva, kot orodja pri raziskovalnem delu in delovnega sredstva,</li> <li>• poznavanje teoretičnih osnov in obvladovanje praktičnih spretnosti za delo z ljudmi: poslovno komuniciranje, vodenje, psihološke zakonitosti dela v skupini, vzpodbujanje k ustvarjalnosti, krepitev in ohranjanje lastne osebnostne stabilnosti in odpornosti na strese ter konstruktivno reševanje konfliktnih situacij.</li> </ul>	<p>knowledge in the business environment,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• development of skills and competences for using the knowledge in economics, management, marketing, organization, law, human resources, etc.</li> <li>• the use of ICT and systems as the sources of information, means of communication, as tools in research work and as a working medium,</li> <li>• knowledge of theoretical bases and managing practical skills for working with people: business communication, management, psychological principles of work in the group, encouraging creativity, strengthening and preserving one's own personal stability and resistance to stress, including constructive resolution of conflict situations.</li> </ul>
--	---

**Predvideni študijski rezultati:**

*Študent/študentka bo obvladal/-a:*

- koncept mednarodnega trženja (mednarodni trženjski splet),
- temeljne izzive globalizacije poslovanja,
- značilnosti kulturnih dejavnikov v mednarodnem trženju,
- temeljne strategije vstopa na tuje trge s poudarkom na aktivnem procesu internacionalizacije poslovanja podjetja.

**Intended learning outcomes:**

*Students will master:*

- the concept of international marketing (international marketing mix),
- basic challenges of globalisation of business,
- characteristics of cultural factors in international marketing,
- basic strategies for entering foreign markets with an emphasis on the active process of internationalization of the company's operations.

**Metode poučevanja in učenja:**

- *predavanja,*
- *raziskovalni seminarji,*
- *projektno delo,*
- vključenost v *razvojno raziskovalno delo,*
- vodeni *individualni študij,*
- *konference,*
- *simulacije.*

**Learning and teaching methods:**

- *lectures,*
- *research seminars,*
- *project work,*
- involvement in *research and development work,*
- guided *individual studies,*
- *conferences,*
- *simulations.*

<b>Načini ocenjevanja:</b>	<b>Delež (v %) Weight (v %)</b>	<b>Assessment:</b>
<p>Načini:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 100 % udeležba na predavanjih in vajah,</li> <li>• uspešno opravljena projektna naloga s predstavitvijo in zagovorom.</li> </ul> <p>Če študent ni 100 % udeležen na predavanjih in vajah, mora poleg projektne naloge opraviti tudi izpit:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- izpit,</li> <li>- priprava, predstavitev in zagovor projektne naloge.</li> </ul> <p>Ocenjevalna lestvica: ECTS.</p>	<p>100 %</p> <p>60 %</p> <p>40 %</p>	<p>Types:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 100 % attendance of lectures and tutorial,</li> <li>• successfully accomplished project assignment with presentation and defense.</li> </ul> <p>If the student has not fully attended lectures and tutorial (100%), they have to prepare the project paper and take the exam:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- exam,</li> <li>- preparation, presentation and defense of a project paper.</li> </ul> <p>Grading scheme: ECTS.</p>