

## DETALJNI IZVEDBENI NASTAVNI PLAN PREDMETA

OPĆE INFORMACIJE		
<i>Naziv predmeta</i>	Digitalni marketing	
<i>Studijski program</i>	Marketing u turizmu	
<i>Smjer</i>		
<i>Godina studija</i>	1.	
<i>Status predmeta</i>	Obvezni	
<i>Mogućnost izvođenja nastave na engleskom jeziku</i>	Ne	
<i>Mrežna stranica predmeta</i>	<a href="https://moodle.srce.hr/2022-2023/course/view.php?id=156815">https://moodle.srce.hr/2022-2023/course/view.php?id=156815</a>	
<i>Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave</i>	<i>ECTS koeficijent opterećenja studenata</i>	6
	<i>Broj sati (P+V+S)</i>	60 (30+0+30)
<i>Nositelj predmeta</i>	<i>Ime i prezime</i>	Doc. dr. sc. Marina Perišić Prodan
	<i>Kabinet</i>	303
	<i>Konzultacije</i> OPATIJA: Ponedjeljak: 10:00-12:00 Utorak: 15:00 – 17:00	
	<i>Telefon</i>	051 294 703
	<i>e-mail</i>	marinap@fthm.hr
OPIS PREDMETA		
<b>Ciljevi predmeta</b>		
Cilj je predmeta studente upoznati sa specifičnostima upravljanja marketinškim aktivnostima u digitalnom okruženju, s ciljem stjecanja kompetencija za razvoj marketinških aktivnosti primjenom digitalnih tehnologija.		
<b>Očekivani ishodi učenja za predmet</b>		
<p>Nakon položenog ispita očekuje se da će student biti sposoban:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Objasniti temeljne pojmove i koncepte u području digitalnog marketinga</li> <li>2. Analizirati i vrednovati marketinški značaj komunikacijskih alata u digitalnom okruženju</li> <li>3. Napisati i prezentirati marketinški plan za organizaciju/marku/proizvod u digitalnom okruženju</li> <li>4. Primijeniti različite oblike digitalnog marketinga u komunikaciji s ciljnim tržištem</li> </ol>		
<b>Vrste izvođenja nastave</b>		
<p>Predavanja Seminari i radionice Samostalni zadaci Multimedija i mreža</p>		

<b>Obveze studenata i način vrednovanja obveza (povezivanje ishoda učenja, nastavnih metoda i ocjenjivanja)</b>					
<i>Vrsta aktivnosti</i>	<i>ECTS dodijeljen aktivnosti</i>	<i>Ishod učenja</i>	<i>Aktivnost studenta</i>	<i>Metoda ocjenjivanja</i>	<i>Bodovi (maximum po vrijednosti)</i>
Pohađanje nastave	2,0	1-4	Prisustvo: >75%	Evidencija prisutnosti na nastavi	0
Aktivnost na nastavi		1-4	Aktivno sudjelovanje u raspravama i ispunjavanju zadanih aktivnosti	Evidencija aktivnog uključivanja u raspravu, iznošenja kritičkog mišljenja i zaključka	6
Projektni zadatak	0,8	2,3	Izrada projektnog zadatka po fazama i usmeno izlaganje	Pismeni dio	6
				Usmeni dio	2
Praktični rad	0,5	4	Priprema i izrada praktičnih zadataka	Ocjena točnosti izrade zadataka (i sadržaja) prema unaprijed propisanim elementima izrade	6
Studija slučaja	0,2	2	Individualna obrada poslovnog slučaja	Ocjena odgovora na postavljena pitanja	2
Kontinuirana provjera znanja (kolokviji)	1,5	1-4	Priprema za periodičnu provjeru znanja	0-24 boda po kolokviju, ovisno o stupnju točnosti	1. kolokvij 24 2. kolokvij 24
Završni ispit	1,0	1-4	Priprema za završni ispit	0-30 bodova	30
<b>Ukupno ECTS</b>	6			<b>Ukupno bodovi</b>	100
<b>Napomene i opis aktivnosti</b>					
Studenti mogu pristupiti polaganju završnog ispita ukoliko su realizirali minimalno 35% aktivnosti ukupnog nastavnog procesa, prema prethodno navedenoj strukturi, te ukoliko su ostvarili minimalno 75% prisutnosti nastavi (redovni studenti).					

U realizaciji aktivnosti na nastavi studenti aktivno sudjeluju u debati (3%) i obradi zadanih tema putem sustava Merlin (3%). Aktivno uključivanje studenata u raspravu realizira se na način da studenti odgovaraju na postavljena pitanja, argumentirano iznose kritičko mišljenje i kritički zaključuju. Putem sustava Merlin, studenti obrađuju unaprijed zadane teme i generiraju sadržaj u obliku wiki stranica. Projektni zadatak podrazumijeva timski rad i obuhvaća izradu i prezentaciju marketinškog plana predložene teme projektnog zadatka. Studenti apliciraju teorijsko gradivo na konkretnu, predloženu temu. Sastoji se od tri faze, gdje se svaka ispravno obrađena faza boduje sa maksimalno 2%, što ukupno iznosi maksimalno 6%. Svaki student izlaže svoj dio projektnog zadatka, što se boduje sa maksimalno 2%. Praktični rad predstavlja izradu praktičnih zadataka. Svaki od zadataka boduje se pojedinačno, a ukupno je moguće realizirati maksimalno 6%.

Studija slučaja (2%) realizira se kao individualna aktivnost studenta. Stečeno znanje primjenjuje se na primjeru iz prakse. Studentima se dodjeljuje studija slučaja, koju trebaju pročitati i pismeno odgovoriti na postavljena pitanja te argumentirati vlastite stavove.

Kolokviji se održavaju u pismenom obliku, a sastoje se od ukupno 12 pitanja (10 pitanja zatvorenog tipa i 2 pitanja otvorenog tipa).

Završni ispit se sastoji od 10 pitanja, odnosno od 7 pitanja zatvorenog tipa i 3 pitanja otvorenog tipa. Kolokviji i završni ispiti pripremaju se iz obvezne literature i power point prezentacija koje su dostupne putem sustava Merlin.

### **Sustav ocjenjivanja**

Ocjenjivanje i vrednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu provodi se temeljem Pravilnika o ocjenjivanju studenata na FMTU.

## **LITERATURA**

### **Obvezna literatura**

1. Ružić, D., Biloš, A. & Turkalj, D. (2014). E – marketing (3. izd.). Osijek: Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera, Ekonomski fakultet.
2. Krajnović, A., Sikirić, D. & Hordov, M. (2019). Digitalni marketing – nova era tržišne komunikacije. Zadar: Sveučilište u Zadru, Odjel za ekonomiju.

### **Dopunska literatura**

1. Filipović, J. (2021): Digitalni marketing, Beograd: Univerzitet u Beogradu, Ekonomski fakultet
2. Hanlon A. & Tuten, T. L. (2022): The SAGE Handbook of Digital Marketing. Thousand Oaks: SAGE
3. Hanlon, A. (2019). Digital marketing: strategic planning & integration. Thousand Oaks: SAGE.
4. Tuten, T. L. (2021): Social Media Marketing. Thousand Oaks: SAG

### **Način praćenja kvalitete i uspješnosti izvedbe predmeta**

Kvaliteta održane nastave prati se u skladu s aktima Sveučilišta u Rijeci. U zadnjim tjednima nastave tekućega semestra provodit će se anonimna anketa u kojoj će studenti evaluirati kvalitetu održane nastave iz ovog predmeta.

## **ISPITNI ROKOVI**

Raspored ispitnih rokova dostupan je na linku: <https://www.fthm.uniri.hr/studiji/diplomski-sveucilisni-studij/ispiti>

## **DODATNE INFORMACIJE O PREDMETU**

### **Način informiranja studenta**

Studenti dobivaju obavijesti o kolegiju putem sustava Merlin i mrežnih stranica Fakulteta <https://www.fthm.uniri.hr/>, Redovita informiranost je osobna odgovornost studenta.

## RASPORED NASTAVE

### REDOVITI STUDIJ

Nastava na predmetu odvijat će se prema sljedećem rasporedu:

R. br.	Datum / vrijeme od – do / dvorana	Vrsta i oblik nastave	Tema	Grupa	Izvoditelj
1.	28.02.2023. 10:15 – 11:45	P	Uvodno predavanje	MAUT	M. Perišić Prodan
	11:45-13:15 Dvorana C1	S	Upute za seminarsku nastavu	MAUT	M. Perišić Prodan
2.	07.03.2023. 10:15 – 11:45	P	Pojmovno određenje digitalnog marketinga	MAUT	M. Perišić Prodan
	11:45-13:15 Dvorana C1	S	Upute za izradu projektnog zadatka	MAUT	M. Perišić Prodan
3.	14.03.2023. 10:15 – 11:45	P	Specifičnosti procesa marketinških istraživanja u digitalnom okruženju	MAUT	M. Perišić Prodan
	11:45-13:15 Dvorana C1	S	Dostavljanje prijedloga teme projektnog zadatka i diskusija	MAUT	M. Perišić Prodan
4.	21.03.2023. 10:30-12:00	P	Strateško planiranje u digitalnom marketingu	MAUT	M. Perišić Prodan
	12:00 – 13:30 Dvorana A1	S	Upute za izradu wiki stranica i odabir tema	MAUT	M. Perišić Prodan
5.	28.03.2023. 10:30-12:00	P	Web-sjedište i marketing sadržaja - kreiranje i upravljanje sadržajem	MAUT	M. Perišić Prodan
	12:00 – 13:30 Dvorana A1	S	Praktični rad 1	MAUT	M. Perišić Prodan
6.	04.04.2023. 10:30-12:00	P	Marketing pretraživača – SEO, SEM, kontekstualno oglašavanje	MAUT	M. Perišić Prodan
	12:00 – 13:30 Dvorana A1	S	Praktični rad 2	MAUT	M. Perišić Prodan
7.	11.04.2023. 10:30-12:00	P	Obilježja marketing miksa u digitalnom okruženju	MAUT	M. Perišić Prodan
	12:00 – 13:30 Dvorana A1	S	Poslovni slučaj	MAUT	M. Perišić Prodan
8.	18.04.2023. 10:30-12:00	P	Inbound marketing i digitalno oglašavanje	MAUT	M. Perišić Prodan
	12:00 – 13:30 Dvorana A1	S	Praktični rad 3	MAUT	M. Perišić Prodan
9.	25.04.2023. 10:30-12:00	P	1.kolokvij	MAUT	M. Perišić Prodan
	12:00 – 13:30 Dvorana A1	S	ANN 1: Debata	MAUT	M. Perišić Prodan
10.	02.05.2023. 10:30-12:00	P	Mobilni i E-mail marketing	MAUT	M. Perišić Prodan

	12:00 – 13:30 Dvorana A1	S	Praktični rad 4	MAUT	M. Perišić Prodan
11.	09.05.2023. 10:30-12:00	P	Marketing putem društvenih medija	MAUT	M. Perišić Prodan
	12:00 – 13:30 Dvorana A1	S	Praktični rad 5	MAUT	M. Perišić Prodan
12.	16.05.2023. 10:30-12:00	P	Trendovi u digitalnoj marketinškoj i brend komunikaciji	MAUT	M. Perišić Prodan
	12:00 – 13:30 Dvorana A1	S	Praktični rad 6	MAUT	M. Perišić Prodan
13.	23.05.2023. 10:30-12:00	P	Ekonomija dijeljenja i platforme; Influencer marketing	MAUT	M. Perišić Prodan
	12:00 – 13:30 Dvorana A1	S	Priprema projektnog zadatka	MAUT	M. Perišić Prodan
14.	03.06.2023. 10:30-12:00	P	E – poslovanje u digitalnom okruženju: Karakteristike digitalnog marketinga u turizmu i hotelijerstvu	MAUT	M. Perišić Prodan
	12:00 – 13:30 Dvorana A1	S	Prezentacija projektnog zadatka ANN 2 – izrada wiki stranica	MAUT	M. Perišić Prodan
15.	06.06.2023. 10:30-12:00	P	2.kolokvij	MAUT	M. Perišić Prodan
	12:00 – 13:30 Dvorana A1	S	Sistematizacija gradiva i ponavljanje za završni ispit	MAUT	M. Perišić Prodan

### IZVANREDNI STUDIJ OPATIJA

Nastava na predmetu odvijat će se prema sljedećem rasporedu:

R.br.	Datum / vrijeme od – do / dvorana	Vrsta i oblik nastave	Tema	Izvoditelj
1.	14.03.2023. 16:30 – 18:45	P online	Uvodno predavanje; Pojmovno određenje digitalnog marketinga; Specifičnosti procesa marketinških istraživanja u digitalnom okruženju; Strateško planiranje u digitalnom marketingu; Web-sjedište i marketing sadržaja - kreiranje i upravljanje sadržajem	M. Perišić Prodan
	18:45-21:00	S online	Upute za seminarsku nastavu; Upute za izradu projektnog zadatka; Upute za izradu wiki stranica; Praktični rad 1, 2 i 3	M. Perišić Prodan
2.	04.04.2023. 16:30 – 18:45	P onsite	Marketing pretraživača – SEO i SEM, kontekstualno oglašavanje; Obilježja marketing miksa u digitalnom okruženju; Inbound marketing i digitalno oglašavanje	M. Perišić Prodan
	18:45-21:00 Dvorana A1	S onsite	ANN1: Debata Dostavljanje prijedloga teme projektnog zadatka	M. Perišić Prodan
3.	25.04.2023. 16:30 – 18:45	P onsite	Mobilni i E-mail marketing; Marketing putem društvenih medija; Trendovi u digitalnoj marketinškoj i brend komunikaciji;	M. Perišić Prodan

	18:45-21:00 Dvorana A1	S onsite	1.kolokvij Poslovni slučaj	M. Perišić Prodan
4.	16.05.2023. 16:30 – 18:45	P online	Ekonomija dijeljenja i platforme; Influencer marketing; Upravljanje odnosima s klijentima putem digitalnog marketinga; E – poslovanje u digitalnom okruženju: Karakteristike digitalnog marketinga u turizmu i hotelijerstvu	M. Perišić Prodan
	18:45-21:00	S online	Praktični rad 4, 5 i 6	M. Perišić Prodan
5.	06.06.2023. 16:30 – 18:45	P onsite	2. kolokvij	M. Perišić Prodan
	18:45-21:00 Dvorana A1	S onsite	Prezentacija projektnog zadatka; izrada wiki stranica	M. Perišić Prodan