

## DETALJNI IZVEDBENI NASTAVNI PLAN PREDMETA

OPĆE INFORMACIJE		
<i>Naziv predmeta</i>	Integrirana marketinška komunikacija	
<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=156816">https://moodle.srce.hr/2022-2023/course/view.php?id=156816</a>	
<i>Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave</i>	<i>ECTS koeficijent opterećenja studenata</i>	6 ECTS-a
	<i>Broj sati (P+V+S)</i>	60 (30 + 0 + 30)
<i>Nositelj predmeta</i>	<i>Ime i prezime</i>	doc.dr.sc. Ana Čuić Tanković
	<i>Kabinet</i>	303
	<i>Konzultacije</i>	Srijeda 14:30-16:30 četvrtak 15:30-17:30
	<i>Telefon</i>	051/294-759
	<i>e-mail</i>	anact@fthm.hr
<i>Suradnik na predmetu</i>	<i>Ime i prezime</i>	
	<i>Kabinet</i>	
	<i>Telefon</i>	
	<i>e-mail</i>	
OPIS PREDMETA		
<b>Ciljevi predmeta</b>		
<p>Temeljni cilj kolegija je razvoj vještina potrebnih za osmišljavanje i provođenje cjelovite integrirane marketinške komunikacije. Upoznavanjem teorijskih koncepata poslovne koncepcije integriranih marketinških komunikacija i analizom specifičnosti turističkog tržišta, studenti će biti osposobljeni za kreiranje plana integrirane marketinške komunikacije, odabir načina provođenja te mjerenje učinkovitosti istog. Studenti će na primjerima iz prakse preispitati društvenu i etičku prikladnost marketinških komunikacija odabranih organizacija.</p>		
<b>Očekivani ishodi učenja za predmet</b>		
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Interpretirati i povezati temeljne kategorije i koncepte integrirane marketinške komunikacije</li> <li>2. Analizirati specifičnosti procesa marketinške komunikacije ovisno o različitim tržišnim uvjetima i tipovima organizacija</li> <li>3. Procijeniti ulogu pojedinih medija u ostvarivanju postavljenih ciljeva, kreirajući optimalni promocijski miks</li> <li>4. Osmisliti i prezentirati cjeloviti plan komunikacije jednog turističkog objekta, predložiti proces implementacije</li> <li>5. Preispitati i opravdati društvenu, etičku i zakonodavnu prikladnost marketinške komunikacije odabrane organizacije</li> </ol>		
<b>Vrste izvođenja nastave</b>		
Predavanja, seminari, samostalni zadaci, mentorski rad.		

**Obveze studenata i način vrednovanja obveza (povezivanje ishoda učenja, nastavnih metoda i ocjenjivanja)**

<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	1-5	Prisustvo: >75%	Evidencija prisutnosti na nastavi	0
Aktivnost na nastavi		1-5	Aktivno sudjelovanje studenata o kritičkom promišljanju uspješnih marketinških komunikacija	Evidencija dostavljenog materijala, aktivnog uključivanja, iznošenja kritičkog mišljenja i zaključka	6
Istraživački rad	0,5	1-5	Istraživački zadatak	Valjanost provedenog istraživanja i predanog pisanog rada	8
Prezentacija	0,5	1-5	PPT prezentacija rada i raspravljanje o temi	Usmeno izlaganje i evidencija potaknute rasprave	6
Projektni zadatak	1	1-5	Predaja rada prema zadanim kriterijima	Pismeno izražavanje i kreativnost predloženih smjernica	14
Kontinuirana provjera znanja (2 kolokvija)	1,5	1-5	Priprema za periodičnu provjeru znanja	0-36 boda (2 kolokvija po 18 bodova)	36 (1. kolokvij 18 2. kolokvij 18)
Završni ispit	1	1-5	Priprema za završni ispit	0-30 bodova	30
<b>Ukupno ECTS</b>	<b>6</b>			<b>Ukupno bodovi</b>	<b>100</b>

**Napomene i opis aktivnosti**

Studenti mogu pristupiti polaganju završnog ispita ukoliko su realizirali minimalno 35% aktivnosti ukupnog nastavnog procesa i ukoliko su ostvarili minimalno 75% prisutnosti nastavi.

U realizaciji aktivnosti na nastavi, studenti kritički prosuđuju društveni, etički i zakonodavni aspekt uspješnih marketinških kampanja.

Istraživački rad provodi se kao samostalna aktivnost studenata te obuhvaća odabir aktualne teme marketinške komunikacije i istraživanje takve prakse na određenom poslovnom primjeru. Predaje se pismeni rad koji iznosi 8%. Usmenim izlaganjem istraživačkog rada predstavljaju se rezultati te se uključuje cijelu grupu u raspravu. Usmeno izlaganje i prezentacija nose 6%. Predaja istraživačkog rada te usmeno izlaganje održava se prema zadanim rokovima i objavljenom rasporedu na Merlinu.

Projektni zadatak izrađuje se u timu i obuhvaća analizu poslovnog subjekta u procesu izrade integrirane marketinške komunikacije. Studenti trebaju vladati teorijskim gradivom i znati aplicirati na odabrani subjekt zadan putem case study natjecanja. Projektni zadatak iznosi ukupno 14% te se predaje putem objavljenog rasporeda.

Kontinuirana provjera znanja provodi se 2 puta tijekom semestra putem pismenog kolokvija. Svaki se sastoji od 9 pitanja: 7 pitanja zatvorenog tipa sa jednim točnim odgovorom i 2 pitanja otvorenog tipa. Sva pitanja su jednako bodovno ponderirana.

Kolokviji i završni ispit pripremaju se iz obvezne literature i PowerPoint prezentacija s predavanja, koje su dostupne putem sustava Merlin.

Kolegij se izvodi i kao e-kolegij putem sustava Merlin.

Završni ispit sastoji se od 10 pitanja, od čega 5 zatvorenih i 5 otvorenih pitanja, a boduju se prema Pravilniku o ocjenjivanju.

### **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. Čuić Tanković, A. (2021): Integrirana marketinška komunikacija, Materijali s predavanja
2. Kesić, T. (2003). Integrirana marketinška komunikacija. Zagreb: Opinio.
3. Kotler, P., Keller, K. L. & Martinović Maja (2014). Upravljanje marketingom (14. izd.). Zagreb: MATE. (odabrana poglavlja)

### **Dopunska literatura**

1. McCabe, S. (2009). Marketing Communications in Tourism & Hospitality. Oxford: Elsevier.
2. Lawrence, A. (2014). Principles of Integrated Marketing Communications. Cambridge: University Press.

### **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.	1.3.2023. 11:15-12:45 12:45-14:15 Dvorana C1	P onsite	Uvod u kolegij Komunikacija kao instrument marketinga		Ana Čuić Tanković
		S onsite	Uvod i upute za aktivnosti tijekom seminarske nastave		A. Čuić Tanković
2.	8.3.2023. 11:15-12:45 12:45-14:15 Dvorana C1	P onsite	Uloga, oblici i ciljevi integrirane marketinške komunikacije		A. Čuić Tanković
		S onsite	Prijava timova i odabir tema za istraživački rad		A. Čuić Tanković
3.	15.3.2023. 11:15-12:45 12:45-14:15 Dvorana C1	P onsite	Proces promocijskog planiranja i analiza komunikacijskog procesa u turizmu		A. Čuić Tanković
		S onsite	Upute za projektni zadatak		A. Čuić Tanković
4.	22.3.2023. 11:15-12:45 12:45-14:15 Dvorana C1	P onsite	Oblikovanje promocijskog plana		A. Čuić Tanković
		S onsite	Prezentacija radova		A. Čuić Tanković
5.	29.3.2023. 11:15-12:45 12:45-14:15 Dvorana C1	P onsite	Oglašavanje		A. Čuić Tanković
		S onsite	Prezentacija radova		A. Čuić Tanković
6.	5.4.2023. 11:15-12:45 12:45-14:15 Dvorana C1	P onsite	Unaprjeđenje prodaje		A. Čuić Tanković
		S onsite	Prezentacija radova		A. Čuić Tanković
7.	12.4.2023. 11:15-12:45 12:45-14:15 Dvorana C1	P onsite	Odnosi s javnošću i publicitet		A. Čuić Tanković
		S onsite	Prezentacija radova		A. Čuić Tanković
8.	19.4.2023. 11:15-12:45 12:45-14:15 Dvorana C1	P onsite	<b>Pismena provjera znanja: 1. kolokvij</b>		A. Čuić Tanković
		S onsite	Projektni zadatak- nedoumice i savjetovanje		A. Čuić Tanković
9.	26.4.2023. 11:15-12:45 12:45-14:15 Dvorana C1	P onsite	Osobna prodaja		A. Čuić Tanković
		S onsite	Prezentacija radova		A. Čuić Tanković
10.	3.5.2023. 11:15-12:45 12:45-14:15 Dvorana C1	P onsite	Izravna marketinška komunikacija		A. Čuić Tanković
		S onsite	Prezentacija radova		A. Čuić Tanković
11.	10.5.2023. 11:15-12:45 12:45-14:15 Dvorana C1	P onsite	Mjerenje i praćenje učinkovitosti integrirane marketinške komunikacije		A. Čuić Tanković
		S onsite	Primjeri iz prakse		A. Čuić Tanković
12.	17.5.2023. 11:15-12:45 12:45-14:15 Dvorana C1	P onsite	Primjena modernih tehnologija i digitalnih alata u funkciji integrirane marketinške komunikacije		A. Čuić Tanković
		S onsite	Prezentacija radova		A. Čuić Tanković
13.	24.5.2023.	P onsite	Integrirana marketinška komunikacija u		A. Čuić



	11:15-12:45 12:45-14:15 Dvorana C1		turizmu i ugostiteljstvu		Tanković
		S onsite	Aktivnost na nastavi		A. Čuić Tanković
14.	31.5.2023. 11:15-12:45 12:45-14:15 Dvorana C1	P onsite	Društveni, etički i pravni aspekti integrirane marketinške komunikacije		A. Čuić Tanković
		S onsite	Prezentacija radova		A. Čuić Tanković
15.	7.6.2023. 11:15-12:45 12:45-14:15 Dvorana C1	P onsite	<b>Pismena provjera znanja: 2. kolokvij</b>		A. Čuić Tanković
		S onsite	Sistematizacija gradiva		A. Čuić Tanković

### 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.	8.3.2023. 16:30-18:45 18:45-21:00 Online	P online	Uvod u kolegij 1. Komunikacija kao instrument marketinga 2. Uloga, oblici i ciljevi integrirane marketinške komunikacije 3. Proces promocijskog planiranja i analiza komunikacijskog procesa u turizmu 4. Oblikovanje promocijskog plana	A. Čuić Tanković
		S online	Uvod i upute za aktivnosti tijekom seminarske nastave Odabir tema za istraživački rad Prijava timova i odabir tema za projektni zadatak	A. Čuić Tanković
2.	29.3.2023. 16:30-18:45 18:45-21:00 A1	P onsite	5. Upravljanje oglašavanjem 6. Unapređenje prodaje 7. Odnosi s javnošću i publicitet	A. Čuić Tanković
		S onsite	Prezentacija radova	A. Čuić Tanković
3.	19.4.2023. 16:30-18:45 18:45-21:00 A1	P onsite	<b>Pismena provjera znanja: 1. kolokvij</b> 8. Osobna prodaja 9. Izravna marketinška komunikacija 10. Mjerenje i praćenje učinkovitosti integrirane marketinške komunikacije	A. Čuić Tanković
		S onsite	Prezentacije radova	A. Čuić Tanković
4.	10.5.2023. 16:30-18:45 18:45-21:00 online	P online	11. Primjena modernih tehnologija i digitalnih alata u funkciji integrirane marketinške komunikacije 12. Utjecaj integrirane marketinške komunikacija na stvaranje imidža marke i destinacije 13. Društveni, etički i pravni aspekti integrirane marketinške komunikacije	A. Čuić Tanković
		S online	Aktivnost na nastavi	A. Čuić Tanković
5.	31.5.2023. 16:30-18:45 18:45-21:00 A1	P onsite	<b>Pismena provjera znanja: 2. kolokvij</b>	A. Čuić Tanković
		S onsite	Prezentacije radova	A. Čuić Tanković