

NAZIV PREDMETA		MARKETINŠKA KOMUNIKACIJA					
Kod	DTTOO2	Godina studija	1.				
Nositelj/i predmeta	dr. sc. Danijela Perkušić Malkoč, viši predavač	Bodovna vrijednost (ECTS)	6				
Suradnici		Način izvođenja nastave (broj sati u semestru)	P	S	V	T	
			30	15	15		
Status predmeta	Obvezni	Postotak primjene e-učenja	30%				
OPIS PREDMETA							
Ciljevi predmeta	<ol style="list-style-type: none"> 1. Razumjet i usvojiti teorijske pojmove vezane za integriranu marketinšku komunikaciju. 2. Osposobiti studente za izradu situacijske analize komunikacijskog procesa tvrtke. 3. Osposobiti studenata za postavljanje komunikacijskih ciljeva i izradu budžeta integrirane marketinške komunikacije. 4. Osposobiti studenata za kreiranje i implementaciju kreativne komunikacijske strategije tvrtke. 5. Osposobiti studenata za kreiranje cjelokupnog integriranog marketinškog komunikacijskog plana. 6. Razvijanje kreativnog i kritičkog načina promišljanja kod studenata, prilikom oblikovanja marketinške komunikacijske strategije. 7. Razviti kod studenata timski i kreativan pristup rješavanju problema 						
Uvjeti za upis predmeta i ulazne kompetencije potrebne za predmet	Nema						
Očekivani ishodi učenja na razini predmeta (4-10 ishoda učenja)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Definirati temeljne pojmove iz područja integrirane marketinške komunikacije. 2. Kreativno i kritički promišljati marketinšku komunikaciju tvrtke. 3. Oblikovati odgovarajuću kreativnu marketinšku komunikacijsku strategiju. 4. Osmisliti komunikacijsku poruku. 5. Izraditi budžet oglašavanja i plan medija. 6. Izmjeriti učinkovitost integrirane marketinške komunikacije tvrtke. 7. Znati primijeniti stečena teorijska znanja i vještina pri izradi komunikacijskog plana za specifičnu tvrtku ili proizvod. 						
Sadržaj predmeta detaljno razrađen prema satnici nastave	Tjedan	Sati	Oblik nastave	Tema			
	1.	2	Predavanja	Pojam, cilj i sadržaj predmeta. Presentacija nastavnih jedinica. Prava i obveze studenata. Uvod u marketinšku komunikaciju – Integrirana marketinška komunikacija			
		2	Auditorne vježbe	Upute za izradu projektnog zadatka marketinške komunikacije.			
2.	2	Predavanja	Situacijska analiza integrirane marketinške komunikacije: Organizacija oglašavanja i promocije- Uloga marketinških agencija; Ponašanje potrošača.				

	1	Auditorne vježbe	Elaboracija pojedinih faza razvoja projekta. Analiza poslovnih slučajeva, zadaci i timske vježbe.	
	1	Seminarske vježbe	Formiranje timova i izbor tema za projektni zadatak.	
	3.	2	Predavanja	Analiza komunikacijskog procesa: Komunikacijski proces; Izvor, poruka i komunikacijski kanal.
		1	Auditorne vježbe	Elaboracija pojedinih faza razvoja projekta. Analiza poslovnih slučajeva, zadaci i timske vježbe.
		1	Seminarske vježbe	Osmišljavanje i prezentacija timskih projektnih zadataka po fazama.
	4.	2	Predavanja	Postavljanje komunikacijskih ciljeva i izrada budžeta za integriranu marketinšku komunikaciju.
		1	Auditorne vježbe	Elaboracija pojedinih faza razvoja projekta. Analiza poslovnih slučajeva, zadaci i timske vježbe.
		1	Seminarske vježbe	Osmišljavanje i prezentacija timskih projektnih zadataka.
	5.	3	Predavanja	Razvoj integriranog marketinškog komunikacijskog programa; Izrada kreativne oglašivačke strategija: planiranje i razvoj.
		2	Auditorne vježbe	Elaboracija pojedinih faza razvoja projekta. Analiza poslovnih slučajeva, zadaci i timske vježbe.
		2	Seminarske vježbe	Osmišljavanje i prezentacija timskih projektnih zadataka.
	6.	32	Predavanja	Strategija i planiranje medija miksa.
		1	Auditorne vježbe	Elaboracija pojedinih faza razvoja projekta. Analiza poslovnih slučajeva, zadaci i timske vježbe.
		1	Seminarske vježbe	Osmišljavanje i prezentacija timskih projektnih zadataka.
	7.	2	Predavanja	Evaluacija masovnih medija. Evaluacija tiskanih medija.
		1	Auditorne vježbe	Elaboracija pojedinih faza razvoja projekta. Analiza poslovnih slučajeva, zadaci i timske vježbe.
		1	Seminarske vježbe	Osmišljavanje i prezentacija timskih projektnih zadataka.
	8.	2	Predavanja	1. kolokvij
		1	Auditorne vježbe	Elaboracija pojedinih faza razvoja projekta. Analiza poslovnih slučajeva, zadaci i timske vježbe.
		1	Seminarske vježbe	Osmišljavanje i prezentacija timskih projektnih zadataka.

	9.	2	Predavanja	Direktni marketing. Unapređenje prodaje. Internet i ostali oblici interaktivne komunikacije.	
		1	Auditorne vježbe	Elaboracija pojedinih faza razvoja projekta. Analiza poslovnih slučajeva, zadaci i timske vježbe.	
		1	Seminarske vježbe	Osmišljavanje i prezentacija timskih projektnih zadataka.	
	10.	2	Predavanja	Odnosi s javnošću.	
		1	Auditorne vježbe	Elaboracija pojedinih faza razvoja projekta. Analiza poslovnih slučajeva, zadaci i timske vježbe.	
		1	Seminarske vježbe	Osmišljavanje i prezentacija timskih projektnih zadataka.	
	11.	2	Predavanja	Publicitet i institucionalno oglašavanje.	
		1	Auditorne vježbe	Elaboracija pojedinih faza razvoja projekta. Analiza poslovnih slučajeva, zadaci i timske vježbe.	
		1	Seminarske vježbe	Osmišljavanje i prezentacija timskih projektnih zadataka.	
	12.	2	Predavanja	Mjerenje uspješnosti promotivnog programa.	
		1	Auditorne vježbe	Elaboracija pojedinih faza razvoja projekta. Analiza poslovnih slučajeva, zadaci i timske vježbe.	
		1	Seminarske vježbe	Osmišljavanje i prezentacija timskih projektnih zadataka.	
	13.	2	Predavanja	Gost predavač	
		1	Auditorne vježbe	Elaboracija pojedinih faza razvoja projekta. Analiza poslovnih slučajeva, zadaci i timske vježbe.	
		1	Seminarske vježbe	Prezentacije projektnih zadataka.	
	14.	2	Predavanja	Međunarodno oglašavanje i promocija. Etika u oglašavanju.	
		1	Auditorne vježbe	Prezentacije projektnih zadataka.	
		1	Seminarske vježbe	Prezentacije projektnih zadataka.	
	15.	2	Predavanja	2.kolokvij	
		1	Auditorne vježbe	Prezentacije projektnih zadataka.	
		1	Seminarske vježbe	Prezentacije projektnih zadataka.	
				<input checked="" type="checkbox"/> predavanja	<input checked="" type="checkbox"/> samostalni zadaci

Vrste izvođenja nastave:	<input checked="" type="checkbox"/> seminari i radionice <input checked="" type="checkbox"/> vježbe <input type="checkbox"/> <i>on line</i> u cijelosti <input checked="" type="checkbox"/> mješovito e-učenje <input type="checkbox"/> terenska nastava		<input checked="" type="checkbox"/> multimedija <input type="checkbox"/> laboratorij <input checked="" type="checkbox"/> mentorski rad <input type="checkbox"/> demonstracijske vježbe			
Obveze studenata	Izrada i prezentacija projektnog zadatka, min. 70 % dolazaka za redovne te 50 % dolazaka za izvanredne studente					
Praćenje rada studenata (<i>upisati udio u ECTS bodovima za svaku aktivnost tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta</i>):	Pohađanje nastave	2 ECTS	Istraživanje	0,5	Praktični rad	
	Eksperimentalni rad		Referat		Demonstracijske vježbe	
	Esej		Seminarski rad		Samostalno učenje	1,0 ECTS
	Kolokviji	0,5 ECTS	Usmeni ispit		Konzultacije i završni ispit	0,5 ECTS
	Pismeni ispit		Projekt	1,5 ECTS	(Ostalo upisati)	
Ocjenjivanje i vrjednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu	KONTINUIRANO VREDNOVANJE					
	Pokazatelji kontinuirane provjere			Uspješnost A_i (%)	Udjel u ocjeni k_i (%)	
	<i>Nazočnost na nastavi (pred. + vježbe)</i>			70 - 100	5	
	<i>Prvi kolokvij</i>			50-100	30	
	<i>Drugi kolokvij</i>			50-100	30	
	<i>Projektni zadatak</i>			50-100	35	
	Studenti koji nisu položili ispit putem kolokvija polažu završni ispit.					
	ZAVRŠNA OCJENA					
	Pokazatelji provjere - završni ispit (prvi i drugi ispitni termin)			Uspješnost A_i (%)	Udjel u ocjeni k_i (%)	
	<i>Pismeni ispit</i>			50 - 100	60	
	<i>Prethodne aktivnosti (uključuju sve pokazatelje kontinuirane provjere)</i>			50 - 100	40	
	Pokazatelji provjere - popravni ispit (treći i četvrti ispitni termin)			Uspješnost A_i (%)	Udjel u ocjeni k_i (%)	
	<i>Pismeni ispit</i>			50 - 100	60	
	<i>Prethodne aktivnosti (uključuju sve pokazatelje kontinuirane provjere)</i>			50 - 100	40	
	Ocjena (u postotcima) formira se temeljem svih pokazatelja koji opisuju razinu studentskih aktivnosti prema relaciji:					

$$Ocjena (\%) = \sum_{i=1}^N k_i A_i$$

k_i - težinski koeficijent za pojedinu aktivnost,
 A_i - postotni uspjeh postignut za pojedinu aktivnost,
 N - ukupan broj aktivnosti.

ODNOS POLUČENOG USPJEHA I PRIPADNE OCJENE

Postotak	Kriterij	Ocjena
od 50% do 61%	<i>zadovoljava minimalne kriterije</i>	dovoljan (2)
od 62% do 74%	<i>prosječan uspjeh s primjetnim nedostacima</i>	dobar (3)
od 75% do 87%	<i>iznadprosječan uspjeh s ponekom greškom</i>	vrlo dobar (4)
od 88% do 100%	<i>izniman uspjeh</i>	izvrstan (5)

	Naslov	Broj primjeraka u knjižnici	Dostupnost putem ostalih medija
Obvezna literatura (dostupna u knjižnici i putem ostalih medija)	1. Belch, G., E. & Belch, M., A.: <i>Advertising and Promotion – An Integrated Marketing Communication Perspective</i> , McGraw Hill, New York, 2012.	1	
	2. Kesić, T.: <i>Integrirana marketinška komunikacija</i> , Opinio, Zagreb, 2003.	2	
	3. Malkoč, P. D.: <i>Slajdovi sa predavanja, Web izdanje (MOODLE)</i> , Odjel za stručne studije, Split, 2014.		Moodle stranice
Dopunska literatura	<ol style="list-style-type: none"> Meler, M.: <i>Promocija</i>, Ekonomski fakultet u Osijeku, Osijek, 1997. Belch, G., E., Belch, M., A.: <i>Advertising and Promotion – An Integrated Marketing Communication</i>, McGraw Hill, New York, 2001. Kotler, Philip; Wong, Veronica; Saunders, John i Armstrong, Gary: <i>Osnove marketinga</i>, MATE, Zagreb, 2006. Sudar, J., Keller, G.: <i>Promocija</i>, Informator, Zagreb, 1991. 		
Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje utvrđenih ishoda učenja	<ul style="list-style-type: none"> Evidencija pohađanja nastave i uspješnosti izvršenja ostalih obveza studenata (nastavnik). Ažuriranje detaljnih izvedbenih planova nastave - DIP (nastavnik). Semestralno provođenje studentske ankete sukladno „Pravilniku o postupku studentskog vrednovanja nastavnog rada na sveučilištu u Splitu“ (UNIST, Centar za unaprjeđenje kvalitete). 		
Ostalo (prema mišljenju predlagatelja)			

