



Sveučilište u Splitu

**Sveučilišni odjel za stručne studije**

---

# **MARKETINŠKA KOMUNIKACIJA**

**Izvedbeni nastavni program**

**OSNOVNI PODACI O PREDMETU**

<i>Vrsta studija</i>	Specijalistički diplomski stručni studij - 120 ECTS	
<i>Naziv studija</i>	TRGOVINSKO POSLOVANJE	
<i>Naziv predmeta</i>	<b>MARKETINŠKA KOMUNIKACIJA</b>	
<i>Kod predmeta</i>	DTP023	
<i>ECTS - bodovi</i>	6	
<i>Status predmeta</i>	Obvezan	
<i>Godina studija</i>	Druga	
<i>Semestar studija</i>	Prvi/zimski	
<i>Web stranica predmeta</i>	<a href="https://moodle.oss.unist.hr/course/view.php?id=329">https://moodle.oss.unist.hr/course/view.php?id=329</a>	
<i>Aktivna nastava (ukupno sati po semestru)</i>	Predavanja	30
	Auditorne vježbe	30
<i>Preduvjeti za upis</i>	Nema	
<i>Nastavnici</i>	Danijela Perkušić Malkoč, predavač.	
<i>Jezik nastave</i>	Hrvatski	

## OPIS PREDMETA

<i>Ciljevi predmeta su:</i>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Razumijevanje i usvajanje teorijskih pojmova integrirane marketinške komunikacije.</li><li>• Razvijanje kreativnog i kritičkog načina promišljanja pri oblikovanju integrirane marketinške komunikacije.</li><li>• Razvijanje timskog načina rad kod studenata prilikom izrade komunikacijskih strategija i planova.</li><li>• Osposobljavanje studenata za izradu marketinškog komunikacijskog plana.</li><li>• Osposobljavanje studenata za kreiranje i primjenu integriranih marketinških komunikacijskih strategija u praksi.</li></ul>
<i>Ishodi učenja</i>  <i>Nakon uspješno položenog predmeta studenti će moći:</i>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Obrazložiti temeljne teorijske pojmove iz područja integrirane marketinške komunikacije.</li><li>2. Uspješno sudjelovati u timskom načinu rada prilikom osmišljavanja komunikacijskih strategija.</li><li>3. Oblikovati odgovarajuću marketinšku komunikacijsku strategija s ciljem postizanja konkurentske prednosti poduzeća ili organizacija.</li><li>4. Izraditi plan marketinških komunikacijskih aktivnosti.</li><li>5. U praksi primijeniti stečena znanja i vještine pri izradi i primjeni marketinškog komunikacijskog plana za specifičnu tvrtku.</li></ol>
<i>Okvirni sadržaj</i>	Uvod u marketinšku komunikaciju. Integrirana marketinška komunikacija. Elementi marketinške komunikacije. Proces integrirane marketinške komunikacije – ciljevi komunikacije. Kreiranje imidža i marke proizvoda. Uvjeravanje elementima poruke. Utvrđivanje oglašavačkog budžeta. Oglašavanje (oblici, ciljevi, oglašavanje proizvoda i institucionalno oglašavanje, funkcije, proces). Kreativna oglašavačka strategija. Oglašavački apeli. Masovni mediji. Strategija i planiranje medija miksa. Pomoćna oglašavačka sredstva. Unapređenje prodaje usmjereno posrednicima. Unapređenje prodaje usmjereno potrošačima. Internet i ostali oblici izravne marketinške komunikacije. Odnosi s javnošću. Publicitet, institucijsko oglašavanje i sponzorstvo. Osobna prodaja. Mjerenje učinkovitosti marketinške komunikacije. Etika u marketinškoj komunikaciji

**POVEZIVANJE AKTIVNOSTI STUDENATA S ISHODIMA UČENJA**

<b>Aktivnost</b>	<b>Sati rada studenta ECTS bodovi</b>	<b>Ishodi učenja</b>
<i>Predavanja</i>	<b>30 sati / 1 ECTS</b>	<b>1,2,3,4</b>
<i>Vježbe</i>	<b>30sati / 1 ECTS</b>	<b>2,3,4</b>
<i>Priprema i prezentacija projektnog zadatka</i>	<b>40sati / 1,32 ECTS</b>	<b>1,2,3,4,5</b>
<i>Analiza poslovnih slučajeva</i>	<b>20 sati / 0,67 ECTS</b>	<b>2,3,4,5</b>
<i>Samostalno učenje</i>	<b>50sati / 1,65 ECTS</b>	<b>1,2,3,4</b>
<i>Konzultacije, kolokviji i završni ispit</i>	<b>10 sati / 0,33 ECTS</b>	<b>1,3,4</b>
<b>UKUPNO:</b>	<b>180 sati / 6 ECTS</b>	<b>1,2,3,4,5</b>

**KONTINUIRANA PROCJENA**

<b>Pokazatelji kontinuirane provjere</b>	<b>Uspješnost <math>A_i</math> (%)</b>	<b>Udjel u ocjeni <math>k_i</math>(%)</b>
<i>Nazočnost i aktivnost na nastavi (pred. + vježbe)</i>	<b>70 - 100</b>	<b>10</b>
<i>Timski projektni zadatak</i>	<b>50-100</b>	<b>30</b>
<i>Prvi kolokvij</i>	<b>50-100</b>	<b>30</b>
<i>Drugi kolokvij</i>	<b>50-100</b>	<b>30</b>

<b>ZAVRŠNA PROCJENA</b>		
<b>Pokazatelji provjere - završna ispit (prvi i drugi ispitni termin)</b>	<b>Uspješnost <math>A_i</math> (%)</b>	<b>Udjel u ocjeni <math>k_i</math>(%)</b>
<i>Pisani ispit (uključuje 1. i 2. kolokvij)</i>	<b>50 - 100</b>	<b>60</b>
<i>Prethodne aktivnosti (uključuju nazočnost na nastavi, timski projektni zadatak)</i>	<b>50 - 100</b>	<b>40</b>
<b>Pokazatelji provjere - popravni ispit (treći i četvrti ispitni termin)</b>	<b>Uspješnost <math>A_i</math> (%)</b>	<b>Udjel u ocjeni <math>k_i</math>(%)</b>
<i>Pisani ispit (uključuje 1. i 2. kolokvij)</i>	<b>50 - 100</b>	<b>60</b>
<i>Prethodne aktivnosti (uključuju nazočnost na nastavi, timski projektni zadatak)</i>	<b>50 - 100</b>	<b>40</b>

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

### **DODATNE INFORMACIJE**

Nastavni materijali za studente, detaljni izvedbeni program predmeta, tekuće obavijesti i sve druge informacije dostupne su studentima na sustavu MOODLE (<https://moodle.oss.unist.hr/>).