

NAZIV PREDMETA		DIGITALNI MARKETING				
Kod	DTT013	Godina studija	1.			
Nositelj/i predmeta	dr. sc. Danijela Perkušić Malkoč, viši predavač	Bodovna vrijednost (ECTS)	4			
Suradnici		Način izvođenja nastave (broj sati u semestru)	P	S	V	T
			30	15	15	
Status predmeta	Izborni	Postotak primjene e-učenja	30%			
OPIS PREDMETA						
Ciljevi predmeta	<ol style="list-style-type: none"> <li>Upoznati studente sa osnovnim teorijskim pojmovima, konceptima te tehnologijom vezanom za digitalni marketing.</li> <li>Razviti kod studenata sposobnost kritičkog i kreativnog promišljanje digitalnog marketinga tvrtke.</li> <li>Osposobiti studente za osmišljavanje, provedbu i analizu digitalne marketinške kampanje tvrtke.</li> <li>Osposobiti studente za praćenje ponašanja potrošača u digitalnom okruženju.</li> <li>Osposobiti studente za pisanje adekvatnog web sadržaja.</li> <li>Osposobiti studente za korištenje različitih digitalnih marketinških alata i njihovu integraciju sa tradicionalnim marketinškim alatima i medijima.</li> <li>Osposobiti studente za izradu cjelokupnog plana digitalne marketinške komunikacije tvrtke (proizvoda) na internetu.</li> </ol>					
Uvjeti za upis predmeta i ulazne kompetencije potrebne za predmet	Odslušan i položen kolegij Marketinška komunikacija.					
Očekivani ishodi učenja na razini predmeta (4-10 ishoda učenja)	<ol style="list-style-type: none"> <li>Razumjeti temeljne pojmove, koncepte te tehnologiju vezanu za digitalni marketing.</li> <li>Poznavati specifičnosti digitalnog marketinga i prilike koje nudi.</li> <li>Kreativno i kritički promišljati digitalnu marketinšku komunikaciju tvrtke.</li> <li>Oblikovati odgovarajuću digitalnu marketinšku strategiju za tvrtku (proizvod).</li> <li>Osmisliti kvalitetan sadržaj i poruku digitalne kampanje.</li> <li>Optimizirati web stranicu i istaknuti se na pretraživačima.</li> <li>Koristiti različite digitalne marketinške alate i integrirati ih sa tradicionalnim marketinškim alatima i medijima.</li> <li>Pratiti uspješnost digitalne marketinške kampanje.</li> <li>Izraditi cjelokupan plan digitalne marketinške komunikacije tvrtke (proizvoda) na internetu.</li> </ol>					
Sadržaj predmeta detaljno razrađen prema satnici nastave	Tjedan	Sati	Oblik nastave	Tema		
	1.	2	Predavanja	UVOD U DIGITALNI MARKETING (Definicija digitalnog marketinga i bliskih pojmova. Povijest interneta.)		
		2	Auditorne vježbe	Kreiranje timova i odabir projekata.		
2.	2	Predavanja	OPTIMIZACIJA ZA TRAŽILICE (SEO) 1. dio			

			(Uvod. Ciljevi. On-Page optimizacija.)	
	1	Auditorne vježbe	Analiza poslovnog slučaja. (Case study analiza)	
	1	Seminarske vježbe	Primjena stečenog znanja na odabranom projektu.	
	3.	2	Predavanja	OPTIMIZACIJA ZA TRAŽILICE (SEO) 2. dio (Off-Page optimizacija. Analiza.)
		1	Auditorne vježbe	Analiza poslovnog slučaja. (Case study analiza)
		1	Seminarske vježbe	Primjena stečenog znanja na odabranom projektu.
	4.	2	Predavanja	PAY PER CLICK 1. dio (Uvod. Ciljevi. Postavljanje.)
		1	Auditorne vježbe	Analiza poslovnog slučaja. (Case study analiza)
		1	Seminarske vježbe	Primjena stečenog znanja na odabranom projektu.
	5.	3	Predavanja	PAY PER CLICK 2. dio (Upravljanje. Analiza.)
		2	Auditorne vježbe	Analiza poslovnog slučaja. (Case study analiza)
		2	Seminarske vježbe	Primjena stečenog znanja na odabranom projektu.
	6.	32	Predavanja	DIGITAL DISPLAY OGLAŠAVANJE (Uvod. Uvid u industriju. Definiranje. Format. Konfiguracija. Analiza.)
		1	Auditorne vježbe	Analiza poslovnog slučaja. (Case study analiza)
		1	Seminarske vježbe	Primjena stečenog znanja na odabranom projektu.
	7.	2	Predavanja	E-MAIL MARKETING (Uvod. Podaci. Dizajn i sadržaj. Isporuka. Analiza.)
		1	Auditorne vježbe	Analiza poslovnog slučaja. (Case study analiza)
		1	Seminarske vježbe	Primjena stečenog znanja na odabranom projektu.
	8.	2	Predavanja	<b>1. Kolokvij</b>
		1	Auditorne vježbe	Analiza poslovnog slučaja. (Case study analiza)
1		Seminarske vježbe	Primjena stečenog znanja na odabranom projektu.	
9.	2	Predavanja	SOCIAL MEDIA MARKETING (Marketing na društvenim mrežama) 1. dio (Uvod. Ciljevi. Kanali.)	
	1	Auditorne vježbe	Analiza poslovnog slučaja. (Case study analiza)	
	1	Seminarske vježbe	Primjena stečenog znanja na odabranom projektu.	
10.	2	Predavanja	SOCIAL MEDIA MARKETING (Marketing na	

			društvenim mrežama) 2. dio (Uvod. Implementacija. Analiza. Zakoni i smjernice.)	
	1	Auditorne vježbe	Analiza poslovnog slučaja. (Case study analiza)	
	1	Seminarske vježbe	Primjena stečenog znanja na odabranom projektu.	
	11.	2	Predavanja	MOBILNI MARKETING (Uvod. Prilika. Optimiziraj. Oglašavaj. Analiziraj.)
		1	Auditorne vježbe	Analiza poslovnog slučaja. (Case study analiza)
		1	Seminarske vježbe	Primjena stečenog znanja na odabranom projektu.
	12.	2	Predavanja	ANALITIKA (Uvod. Ciljevi. Postavljanje. Praćenje. Analiza.)
		1	Auditorne vježbe	Analiza poslovnog slučaja. (Case study analiza)
		1	Seminarske vježbe	Primjena stečenog znanja na odabranom projektu.
	13.	2	Predavanja	STRATEGIJA I PLANIRANJE (Uvod. Pristup. Publika. Aktivnosti. Analiza.)
		1	Auditorne vježbe	Analiza poslovnog slučaja. (Case study analiza)
		1	Seminarske vježbe	Primjena stečenog znanja na odabranom projektu.
	14.	2	Predavanja	DIGITALNI MARKETING U TURIZMU I UGOSTITELJSTVU (Gost predavač)
		1	Auditorne vježbe	Prezentacije projekata studenata.
		1	Seminarske vježbe	Prezentacije projekata studenata.
	15.	2	Predavanja	<b>2. Kolokvij</b>
		1	Auditorne vježbe	Prezentacije projekata studenata.
		1	Seminarske vježbe	Prezentacije projekata studenata.
	Vrste izvođenja nastave:	<input checked="" type="checkbox"/> predavanja <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"/> samostalni zadaci <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</i> )	Pohađanje nastave	1ECTS	Istraživanje	Praktični rad
	Eksplozivni rad		Referat	Demonstracijske vježbe

<i>aktivnost tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta):</i>	Esej		Seminarski rad		Samostalno učenje	0.8 ECTS
	Kolokviji	0,5 ECTS	Usmeni ispit		Konzultacije i završni ispit	0,2 ECTS
	Pismeni ispit		Projekt	1,5 ECTS	(Ostalo upisati)	
Ocjenjivanje i vrjednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu	<b>KONTINUIRANO VREDNOVANJE</b>					
	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.					
	<b>ZAVRŠNA OCJENA</b>					
	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.						
<b>ODNOS POLUČENOG USPJEHA I PRIPADNE OCJENE</b>						
Postotak	Kriterij			Ocjena		
od 50% do 61%	<i>zadovoljava minimalne kriterije</i>			dovoljan (2)		

	od 62% do 74%	<i>prosječan uspjeh s primjetnim nedostatcima</i>	doobar (3)
	od 75% do 87%	<i>iznadprosječan uspjeh s ponekom greškom</i>	vrlo doobar (4)
	od 88% do 100%	<i>izniman uspjeh</i>	izvrstan (5)
Obvezna literatura (dostupna u knjižnici i putem ostalih medija)	<b>Naslov</b>	<b>Broj primjeraka u knjižnici</b>	<b>Dostupnost putem ostalih medija</b>
	1. Materijali sa predavanja te poslovni slučajevi.		Moodl
	2. Dodson, I. (2016). <i>The art of digital marketing: the definitive guide to creating strategic, targeted, and measurable online campaigns</i> . John Wiley & Sons.	1	
	3. Ružić, D., Biloš, A., & Turkalj, D. (2014). <i>E-marketing</i> , III. izmijenjeno i prošireno izdanje. EFOS, Osijek.	2	
Dopunska literatura	<ol style="list-style-type: none"> <li>Ryan, D., &amp; Jones, C. (2013). Understanding digital marketing: Marketing strategies for engaging the digital generation 2nd ed. Croydon: Kogan Page. <i>Google Scholar Digital Library Digital Library</i>.</li> <li>Chaffey, D., Ellis-Chadwick, F., Mayer, R. i Johnston, K.: Internet marketing: Strategy, implementation and practice, 4th edition, Prentice Hall, 2009.</li> </ol>		
Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje utvrđenih ishoda učenja	<ul style="list-style-type: none"> <li>Evidencija pohađanja nastave i uspješnosti izvršenja ostalih obveza studenata (nastavnik).</li> <li>Ažuriranje detaljnih izvedbenih planova nastave - DIP (nastavnik).</li> <li>Semestralno provođenje studentske ankete sukladno „Pravilniku o postupku studentskog vrednovanja nastavnog rada na sveučilištu u Splitu“ (UNIST, Centar za unaprjeđenje kvalitete).</li> </ul>		
Ostalo (prema mišljenju predlagatelja)			