



HRVATSKO
KATOLICKO
SVEUCILISTE
ZAGREB
UNIVERSITAS
STUDIORUM
CATHOLICA
CROATICA
ZAGREBIA

Detaljni izvedbeni plan

Akadska godina:

2024/2025

Semestar:

Ljetni

Studiji:

Povijest (dvopredmetni)
(R)
Povijest (R)
Diplomski sveučilišni studij
Povijest (nastavnički) (R)
Komunikologija -
Interkulturalna
komunikacija i novinarstvo
(R) (izborni)
Komunikologija -
Znanstveno istraživanje
medija i odnosi s javnošću
(R) (izborni)
Psihologija (R)
Sestrinstvo (R)
Sociologija - Upravljanje i
javne politike (R) (izborni)
Sociologija (dvopredmetni)
(R) (izborni)
Sestrinstvo (I)

Godina studija:

1

I. OSNOVNI PODACI O KOLEGIJU

Naziv kolegija: Sociologija u marketinškoj praksi**Status kolegija:** Obvezni**ECTS bodovi:** 5*Ukupno opterećenje kolegija***Vrsta nastave****Ukupno sati**

Predavanje

30

Auditorna vježba

30

Mjesto i vrijeme održavanja nastave: HKS - prema objavljenom rasporedu

II. NASTAVNO OSOBLJE

*Nositelj kolegija***Ime i prezime:** Šešo Luka**Akademski stupanj/naziv:****Kontakt e-mail:**luka.seso@unicath.hr**Telefon:***Suradnici na kolegiju***Ime i prezime:** Pandža Kunčević Ana**Akademski stupanj/naziv:**

Kontakt e-mail: ana.pandza@unicath.hr	Telefon:
Ime i prezime: Batarilo-Ćerdić Jasmina	
Akademski stupanj/naziv:	
Kontakt e-mail: jasmina.globan@unicath.hr	Telefon:
III. DETALJNI PODACI O KOLEGIJU	
Opis kolegija	Polaznici će steći temeljna znanja o suvremenim marketinškim konceptima te njihovoj primjeni u praksi. Cilj predmeta je omogućiti polaznicima usvajanje potrebnih znanja (teorijskih i praktičnih) za razumijevanje, postavke te realizaciju marketinških kampanji te važnosti socioloških teorija i metodologija za razumijevanje suvremenog poslovnog tržišta.
Očekivani ishodi učenja na razini kolegija	1. Izdvojiti načela marketinške prakse. 2. Procijeniti nužnost socioekonomsko-marketinške integracije u svrhu uspješnoga poslovanja. 3. Povezati sociološku metodologiju s primjenom u marketinškoj praksi. 4. Osmisliti projekt upoznavanja proizvoda i tržišta. 5. Primijeniti etički prihvatljive marketinške kampanje za proizvod.
<i>Literatura</i>	
Obavezna	Previšić, J., Oretić Došen, Đ. (2004), Marketing, Zagreb: Adverta Martinović, M. (ur.) (2012), Marketing u Hrvatskoj, Zagreb: Mate Kotler, Ph., Keller, K.L., Martinović, M., (2014) Upravljanje marketingom, Zagreb: Mate
Dopunska	Fill, Chris. (2006). Marketing Communication: Engagement, Strategies and Practice, 4th edition, Prentice Hall
<i>Način ispitivanja i ocjenjivanja</i>	
Uvjeti ispita	1. Redovito pohađanje nastave (prisutnost na najmanje 70% nastave) 2. Stjecanje minimalno 35 bodova (od ukupno 100) tijekom nastave (kolokviji, izvještaji s vježbi, seminarski radovi)
Način polaganja ispita	Način stjecanja bodova: 1. Nastavne aktivnosti – 70% ocjene 2. kolokviji – 50% 3. vježbe i seminari – 20% 4. Završni ispit – 30% ocjene Brojčana ljestvica ocjenjivanja studentskog rada: izvrstan (5) – 90 do 100% bodova vrlo dobar (4) – 80 do 89,9% bodova dobar (3) – 65 do 79,9% bodova dovoljan (2) – 50 do 64,9% bodova nedovoljan (1) – 0 do 49,9% bodova

Način ocjenjivanja

1. Kontinuirano vrednovanje studentskog rada kroz nastavne aktivnosti (kolokviji, izvještaji s vježbi, seminarski radovi)
2. Završni pismeni ispit (minimum za prolaz na pismenom ispitu je 50% točne riješenosti)

Detaljan prikaz ocjenjivanja unutar Europskoga sustava za prijenos bodova

VRSTA AKTIVNOSTI	ECTS bodovi - koeficijent opterećenja studenata	UDIO OCJENE (%)
Pohađanje nastave	1.2	0
Kolokvij-međuispit	0.85	25
Kolokvij-međuispit	0.85	25
Seminarski rad	0.6	20
Ukupno tijekom nastave	3.5	70
Završni ispit	1.5	30
UKUPNO BODOVA (nastava+zav.ispit)	5	100

IV. TJEDNI PLAN NASTAVE*Predavanja*

#	Tema
1	Uvodno predavanje
2	Osnovni marketinški pojmovi
3	Analiza i poslovno planiranje
4	Marketinške komunikacije
5	Marketinške agencije i društvene mreže
6	Digitalni marketing, PR i društveno odgovorno poslovanje
7	Kolokvij
8	Mjerenje učinkovitosti marketinških kampanja. Uvod u turizam.
9	Istraživanje turističkog tržišta. Turistički proizvod.
10	Komuniciranje s turističkim tržištem. Posebni oblici turizma.
11	Brendiranje u turizmu. Marketing turističke destinacije.
12	Marketing u turizmu. Marketinški splet u turizmu.
13	Marketing usluga. Obilježja turističkog tržišta
14	Marketing u turizmu
15	Istraživanje tržišta
16	Komunikacija s turističkim tržištem, brendiranje u turizmu
17	Turizam u RH

Auditorne vježbe

#	Tema
---	------

1	Uvod u seminarski rad
2	Analiza slučaja 1
3	Analiza slučaja 2
4	Izlaganje seminarskih radova
5	Izlaganje seminarskih radova
6	Izlaganje seminarskih radova
7	Izlaganje seminarskih radova
8	Izlaganje seminarskih radova
9	Izlaganje seminarskih radova
10	Izlaganje seminarskih radova
11	Izlaganje seminarskih radova
12	Izlaganje seminarskih radova
13	Izlaganje seminarskih radova
14	Izlaganje seminarskih radova
15	Izlaganje seminarskih radova

Vježbe

#	Tema
1	Osnovni marketinški pojmovi
2	Marketinške komunikacije

Seminari

#	Tema
1	Seminar 1
2	Seminar 2
3	Seminar 3
4	Seminar 4