



# Detaljni izvedbeni plan

<b>Akademski godina:</b> 2025/2026	<b>Semestar:</b> Ljetni
<b>Studiji:</b> 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)	<b>Godina studija:</b> 1

## I. OSNOVNI PODACI O KOLEGIJU

**Naziv kolegija:** Sociologija u marketinškoj praksi

**Kratica kolegija:** IZBD-112

**Status kolegija:** Obvezni

**ECTS bodovi:** 5

**Šifra kolegija:** 186779

**Preduvjeti za upis kolegija:** Nema

*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:**

**Izbor:** redoviti profesor

<b>Kontakt e-mail:</b> <a href="mailto:luka.seso@unicath.hr">luka.seso@unicath.hr</a>	<b>Telefon:</b>	
<b>Konzultacije:</b> Prema objavljenom rasporedu		
<i>Suradnici na kolegiju</i>		
<b>Ime i prezime:</b> Pandža Kunčević Ana		
<b>Akademski stupanj/naziv:</b>	<b>Izbor:</b> naslovni asistent	
<b>Kontakt e-mail:</b> <a href="mailto:ana.pandza@unicath.hr">ana.pandza@unicath.hr</a>	<b>Telefon:</b>	
<b>Konzultacije:</b> Prema objavljenom rasporedu		
<b>Ime i prezime:</b> Batarilo-Ćerdić Jasmina		
<b>Akademski stupanj/naziv:</b>	<b>Izbor:</b> naslovni asistent	
<b>Kontakt e-mail:</b> <a href="mailto:jasmina.globan@unicath.hr">jasmina.globan@unicath.hr</a>	<b>Telefon:</b>	
<b>Konzultacije:</b> Prema objavljenom rasporedu		
<b>III. DETALJNI PODACI O KOLEGIJU</b>		
<b>Jezik na kojem se nastava održava:</b> Hrvatski		
<b>Opis kolegija</b>	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.	
<b>Očekivani ishodi učenja na razini kolegija</b>	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>		
<b>Obavezna</b>	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	
<b>Dopunska</b>	Fill, Chris. (2006). Marketing Communication: Engagement, Strategies and Practice, 4th edition, Prentice Hall	
<i>Način ispitivanja i ocjenjivanja</i>		
<b>Polaže se DA</b>	<b>Isključivo kontinuirano praćenje nastave NE</b>	<b>Ulazi u prosjek DA</b>

**Preduvjeti za dobivanje  
potpisa i polaganje  
završnog 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 stjecanja bodova:

1. Nastavne aktivnosti – 70% ocjene
2. kolokviji – 50%
3. vježbe i seminari – 20%
4. Završni ispit – 30% ocjene

**Način polaganja ispita**

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

**Datumi kolokvija:**

**Datumi ispitnih rokova:**

**IV. TJEDNI PLAN NASTAVE**