



HRVATSKO  
KATOLIČKO  
SVEUČILIŠTE  
ZAGREB  
UNIVERSITAS  
STUDIORUM  
CATHOLICA  
CROATICA  
ZAGREBIA

# Detaljni izvedbeni plan

<b>Akademski godina:</b> 2025/2026	<b>Semestar:</b> Nepoznato
<b>Studiji:</b> Psihologija (R) (izborni) Komunikologija (R) (izborni) Povijest (R) (izborni) Sestrinstvo (R) (izborni) Sociologija (R) (izborni) Sestrinstvo (I) (izborni)	<b>Godina studija:</b> 1

## I. OSNOVNI PODACI O KOLEGIJU

**Naziv kolegija:** Marketinška komunikacija u digitalno doba

**Kratica kolegija:**

**Status kolegija:**  
Obvezni

**ECTS bodovi:** 4

**Šifra kolegija:** 267699

**Preduvjeti za upis kolegija:** Nema

*Ukupno opterećenje kolegija*

Vrsta nastave	Ukupno sati
Predavanje	30
Seminar	15

**Mjesto i vrijeme održavanja nastave:** HKS - prema objavljenom rasporedu

## II. NASTAVNO OSOBLJE

*Nositelj kolegija*

**Ime i prezime:** Šikić Luka

**Akademski stupanj/naziv:**

**Izbor:**

**Kontakt e-mail:**  
[luka.sikic@unicath.hr](mailto:luka.sikic@unicath.hr)

**Telefon:**

**Konzultacije:** Prema objavljenom rasporedu

*Suradnici na kolegiju*

**Ime i prezime:** Tutek Natalia

**Akademski stupanj/naziv:**

**Izbor:**

**Kontakt e-mail:**  
[nanic@vsfp.hr](mailto:nanic@vsfp.hr)

**Telefon:**

**Konzultacije:** Prema objavljenom rasporedu

### III. DETALJNI PODACI O KOLEGIJU

**Jezik na kojem se nastava održava:** Hrvatski

**Opis kolegija**

Cilj je kolegija omogućiti studentima da razumiju osnovne marketinške pojmove, analiziraju elemente marketinškog spleta. Studenti će biti sposobni procijeniti marketinške strategije i taktike s dubljim razumijevanjem tržišnih okolnosti. Na temelju specifičnosti, važnosti i značenja pojedinih oblika promocijskog miksa studenti će moći sami preporučiti različite marketinške strategije s obzirom na uvjete okruženja te uočiti prednosti i nedostatke pojedinih medija za marketinšku komunikaciju.

**Očekivani ishodi učenja na razini kolegija**

1. Prepoznati i objasniti ulogu marketinga u strateškom planiranju. 2. Analizirati i uspoređivati odgovarajuće marketinške procese prema vrstama tržišta, sudionicima i ostalim tržišnim čimbenicima. 3. Kritički procijeniti kvalitetu provedbe određenih elemenata marketinškog miksa. 4. Preporučiti razne komunikacijske aktivnosti s obzirom na potrebe ciljne skupine.

*Literatura*

**Obavezna**

1. Kotler P., Keller K.L., (2008), Upravljanje marketingom, 14. izdanje  
2. Vranešević, Tihomir; Došen Ozretić, Đurđana; Pavičić, Jurica; i ostali autori (2021), Osnove marketinga, Zagreb  
3. Kotler, P., Armstrong, G, Wong, V. and Saunders, J. (2020), Principles of Marketing 8th European edn, Harlow: Pearson Education Limited.

**Dopunska**

1. P. Kotler, V. Wong, J. Saunders, G. Armstrong (2006), Osnove Marketinga – Četvrto europsko izdanje, Zagreb, Mate d.o.o.  
2. Rowles, D. (2020), Digital Branding: A Complete Step-by-Step Guide to Strategy, Tactics, Tools and Measurement. 2nd edn. London: Kogan Page Limited.  
3. Ryan, D. and Jones, C.: Understanding Digital Marketing: Marketing Strategies for Engaging the Digital Generation

*Način ispitivanja i ocjenjivanja*

**Polaze se**

**Isključivo kontinuirano praćenje nastave**

**Ulazi u prosjek**

**Preduvjeti za dobivanje potpisa i polaganje završnog ispita**

1. Redovito pohađanje nastave - prisutnost na najmanje 70% nastave prema studijskomu programu i izvedbenomu nastavnomu planu.  
2. Stjecanje minimalnoga uspjeha od 35% tijekom nastave unutar zadanih nastavnih aktivnosti.

**Način polaganja ispita**

Brojčana ljestvica ocjenjivanja studentskog rada:  
dovoljan (2) – 50 – 64  
dobar (3) – 65 – 79,9%  
vrlo dobar (4) – 80 – 89,9%  
izvrstan (5) – 90% i više

**Način ocjenjivanja**

1. Nastavne aktivnosti – sudjelovanje u vježbama.
2. Pisanje dva kolokvija tijekom semestra.

**Detaljan prikaz ocjenjivanja unutar Europskoga sustava za prijenos bodova**

VRSTA AKTIVNOSTI	ECTS bodovi - koeficijent opterećenja studenata	UDIO OCJENE (%)
Pohađanje nastave	1	0
Kolokvij-međuispit	0.7	35
Kolokvij-međuispit	0.7	35
Ukupno tijekom nastave	2.4	70
Završni ispit	1.6	30
UKUPNO BODOVA (nastava+zav.ispit)	4	100

**Datumi kolokvija:****Datumi ispitnih rokova:****IV. TJEDNI PLAN NASTAVE**