



HRVATSKO
KATOLICKO
SVEUCILISTE
ZAGREB
UNIVERSITAS
STUDIORUM
CATHOLICA
CROATICA
ZAGREBIA

Detailed Course Syllabus

Academic year:

2023/2024

Semester:

Summer semester

Study programme:

Komunikologija (R)

Year of study:

3

I. BASIC COURSE INFORMATION

Name: Marketinško komuniciranje

Abbreviation: KOMP6-1

ECTS: 5

Code: 172518

Prerequisites: No

Total Course Workload

Teaching Mode

Total Hours

Lecture

30

Seminar

15

Class Time and Place: HKS - according to the published schedule

II. TEACHING STAFF

Course Holder

Name and Surname: Mihaljević Lucija

Academic Degree:

Professional Title: docent

Contact E-mail:

lmihaljevic@unicath.hr

Telephone:

Office Hours: According to the published schedule

Course Assistant

III. DETAILED COURSE INFORMATION

Teaching Language: Hrvatski

Course Description	<p>Polaznici će steći temeljna znanja o upravljanju marketinškim komunikacijama te spoznati učinke tržišne komunikacije na uspjeh poduzeća, industrija i nacionalnih ekonomija. Ovaj predmet omogućit će polaznicima i usvajanje potrebnih znanja (i teorijskih i praktičnih) za organiziranje kampanja interaktivne marketinške komunikacije kao najpropulzivnijem području u marketinškoj komunikaciji. Ciljevi predmeta ogledaju se u korištenju teorijskih i praktičnih spoznaja cjelovitog komunikacijskog miksa u postizanju ciljeva postavljenih u marketinškoj strategiji. U suvremenom svijetu metode i oblici marketinške komunikacije su se strahovito promijenili zahvaljujući napretku tehnologije, posebno elektronike. Stoga je na marketinškim menadžerima da prate te promjene i integriraju sve oblike komunikacije tako da se postignu maksimalni sinergijski učinci u djelovanju na ponašanje potrošača.</p>	
Educational Outcomes	<p>Razlikovati modele marketinške komunikacije. Ilustrirati strategiju istraživanja tržišta. Identificirati temeljna načela marketinškog komuniciranja. Interpretirati efekte marketinškog spleta na ponašanje potrošača. Prepoznati utjecaje globalnih marketinških trendova na lokalnoj razini masovnih komunikacija. Kategorizirati društvene grupe obzirom na ciljeve marketinske komunikacije. Procijeniti etičke izazove marketinških kampanja. Opisati osnovne marketinške alate novih tehnologija.</p>	
<i>Textbooks and Materials</i>		
Required	<p>Kesić, T. (2003). Integrirana marketinška komunikacija, Zagreb: Opinio. (odabrana poglavlja) Solomon, G. Bamossy, S. Askegaard, M. K. Hogg (2015). Ponašanje potrošača, Europska slika, 4. izdanje, Zagreb : Mate (odabrana poglavlja) Kotler, P., (2001). Osnove marketinga, Zagreb, Mate (odabrana poglavlja)</p>	
Supplementary	<p>Belch, George E, Belch, Michael A, (2011). Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective, 9th edition, Global Edition, McGraw-Hill. Duncan, Tom (2005). Principles of Advertising and IMC (2nd edition), McGraw-Hill. Fill, Chris. (2006). Marketing Communication: Engagement, Strategies and Practice, 4th edition, Prentice Hall. Kotler, Philip and K.L. Keller. (2011). Marketing Management (14th edition), Prentice Hall. Martinović, M. (ur.) (2012) Marketing u Hrvatskoj, Mate: Zagreb Panian, Ž. (2003) Odnosi s klijentima u e – poslovanju, Zagreb: Sinergija.</p>	
<i>Examination and Grading</i>		
To Be Passed DA	Exclusively Continuous Assessment NE	Included in Average Grade DA
Prerequisites to Obtain Signature and Take Final Exam	<ol style="list-style-type: none"> Redovito pohađanje nastave (prisutnost na najmanje 70% nastave) Stjecanje minimalno 35% bodova (od ukupno 100 bodova) tijekom nastave 	

Examination Manner

1. Nastavne aktivnosti – 70%:
 - a) 1. kolokvij – 25%
 - b) 2. kolokvij – 25%
 - c) seminarsko izlaganje – 20%
 2. Završni pismeni ispit – 30%
- 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

Grading Manner

1. Kontinuirano vrednovanje studentskog rada kroz nastavne aktivnosti
2. Završni pismeni ispit (minimum za prolaz na usmenom ispitu je 50% točne riješenosti)

Detailed Overview of Grading within ECTS

VRSTA AKTIVNOSTI	ECTS bodovi - koeficijent opterećenja studenata	UDIO OCJENE (%)
Pohađanje nastave	1.2	0
Seminarsko izlaganje	0.8	20
Kolokvij-međuispit	0.9	25
Kolokvij-međuispit	0.9	25
Ukupno tijekom nastave	3.8	70
Završni ispit	1.2	30
UKUPNO BODOVA (nastava+zav.ispit)	5	100

IV. WEEKLY CLASS SCHEDULE