



HRVATSKO  
KATOLIČKO  
SVEUČILIŠTE  
ZAGREB  
UNIVERSITAS  
STUDIORUM  
CATHOLICA  
CROATICA  
ZAGREBIA

# Detailed Course Syllabus

**Academic year:**

2024/2025

**Semester:**

Summer semester

**Study Program:**

Sestrinstvo (I) (elective)

Komunikologija -

Interkulturalna

komunikacija i

novinarstvo (R) (elective)

Povijest (R) (elective)

Sestrinstvo (R) (elective)

**Year of study:**

1

## I. BASIC COURSE INFORMATION

**Name:** Sociologija u marketinškoj praksi

**Abbreviation:** IZBD-112

**ECTS:** 5

**Code:** 186779

**Prerequisites:** No

*Total Course Workload*

**Teaching Mode**

**Total Hours**

Lecture

30

Auditory exercise

30

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

## II. TEACHING STAFF

*Course Holder*

**Name and Surname:** Šešo Luka

**Academic Degree:**

**Professional Title:** redoviti profesor

**Contact E-mail:**

[luka.seso@unicath.hr](mailto:luka.seso@unicath.hr)

**Telephone:**

**Office Hours:** According to the published schedule

*Course Assistant*

**Name and Surname:** Pandža Kunčević Ana

**Academic Degree:**

**Professional Title:** naslovni asistent

**Contact E-mail:**

[ana.pandza@unicath.hr](mailto:ana.pandza@unicath.hr)

**Telephone:**

**Office Hours:** According to the published schedule

**Name and Surname:** Batarilo-Ćerdić Jasmina

<b>Academic Degree:</b>	<b>Professional Title:</b> naslovni asistent	
<b>Contact E-mail:</b> <a href="mailto:jasmina.globan@unicath.hr">jasmina.globan@unicath.hr</a>	<b>Telephone:</b>	
<b>Office Hours:</b> According to the published schedule		
<b>III. DETAILED COURSE INFORMATION</b>		
<b>Teaching Language:</b> Hrvatski		
<b>Course Description</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>Educational Outcomes</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>Textbooks and Materials</i>		
<b>Required</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>Supplementary</b>	Fill, Chris. (2006). Marketing Communication: Engagement, Strategies and Practice, 4th edition, Prentice Hall	
<i>Examination and Grading</i>		
<b>To Be Passed DA</b>	<b>Exclusively Continuous Assessment NE</b>	<b>Included in Average Grade DA</b>
<b>Prerequisites to Obtain Signature and Take Final Exam</b>	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

#### Examination Manner

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 (kolokviji, izvještaji s vježbi, seminarski radovi)
2. Završni pismeni ispit (minimum za prolaz na pismenom 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
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. WEEKLY CLASS SCHEDULE

[Predavanja]

#	Topic
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
<i>[Auditorne vježbe]</i>	
<b>#</b>	<b>Topic</b>
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
<i>[Vježbe]</i>	
<b>#</b>	<b>Topic</b>
1	Osnovni marketinški pojmovi
2	Marketinške komunikacije
<i>[Seminari]</i>	
<b>#</b>	<b>Topic</b>
1	Seminar 1
2	Seminar 2
3	Seminar 3
4	Seminar 4