

HR: Marketinška komunikacija u digitalnom okruženju

Naziv projekta

EN: Marketing communication in the digital environment

Šifra	A1-23-9
Znanstveno područje, polje i grana	Društvene znanosti, polje ekonomije
Vrsta projekta	Uniri Class- programska linija A1, program: Jednostavne mikro kvalifikacije
Vrijeme trajanja projekta	28.4.2023.-28.4.2024.
Vrijednost projekta	4.000,00 EUR
Izvor financiranja	Sveučilište u Rijeci
Ključne riječi	Marketinška komunikacija, digitalno okruženje, digitalni marketing, društvene mreže <i>Marketing communication, digital environment, digital marketing, social media</i>
Sažetak	<p>HR: Marketinška komunikacija u digitalnom okruženju posljednjih godina postaje sve složenija i dinamičnija. Uz brzu ekspanziju tehnologije, interneta i platformi društvenih medija, postalo je veoma bitno imati snažnu online prisutnost i učinkovitu strategiju digitalne marketinške komunikacije. Ova mikro kvalifikacija pruža dubinsko razumijevanje načela i praksi marketinških komunikacija u digitalnom svijetu tako da nudi znanja, vještine i alate polaznicima za razvoj marketinških komunikacijskih strategija.</p> <p>Mikro kvalifikacija je podijeljena u tri glavna dijela. Prvi dio obuhvaća obvezni kolegij sveučilišnog diplomskog studija Marketing u turizmu, Integrirana marketinška komunikacija (6 ECTSa): donosi temelje za osmišljavanje i provođenje cjelovite integrirane marketinške komunikacije, koji pokriva uloge, oblike, procese i ciljeve marketinške komunikacije, oblikovanje promocijskog plana te upravljanje marketinškim komunikacijskim miksom, upravljanje odnosima s potrošačima te društvene i etičke odrednice komunikacije.</p> <p>Drugi dio uključuje obvezni kolegij sveučilišnog diplomskog studija Marketing u turizmu, Digitalni marketing (6 ECTSa), koji razmatra specifičnosti upravljanja marketinške komunikacije u digitalnom okruženju, uključujući inbound marketing i digitalno oglašavanje, SEM, SEO, mobilni i e-mail marketing, AR i VR, gamifikacija, storytelling, ekonomija dijeljenja i platforme. Ovaj dio pruža pravne i etičke aspekte digitalnog i mobilnog oglašavanja.</p> <p>Treći dio je novi izborni kolegij Društvene mreže i influencer marketing (3 ECTSa), koji podučava učinkovito plasiranje brenda, proizvoda i usluga koristeći različite platforme društvenih medija (Facebook, Instagram, TikTok, YouTube, Pinterest, Twitter, LinkedIn, blog i ostale). Time se raspoznaju karakteristike, prednosti i nedostaci svake platforme te načini adekvatnog korištenja, oblikovanje i mjerenje kampanja na društvenim mrežama.</p> <p>Ovim projektom pruža se sveobuhvatno znanje upravljanja marketinške komunikacije na digitalnim kanalima. Očekivani rezultati nakon tri godine su uhodan i visoko posjećen program cjeloživotnog učenja, otvoren za ljude iz prakse i studente drugih studijskih smjerova. Ovako koncipiranom mikro kvalifikacijom odgovara se na izazove oblikovanja integrirane marketinške komunikacije u digitalnom okruženju.</p> <p>EN: Marketing communication in the digital environment has become increasingly complex and dynamic in recent years. With the rapid development of technology, the internet and social media platforms, it has become very important to have a strong online presence and an effective digital marketing communication strategy. This micro-qualification provides an in-depth understanding of the principles and practices of marketing communications in the digital world by providing participants with knowledge, skills and tools to develop marketing communications strategies. The microqualification is divided into three main parts. The first part includes the mandatory course of Tourism Marketing graduate study, Integrated Marketing Communication (6 ECTS): it provides the</p>

