

OPĆE INFORMACIJE		
Nositelj kolegija	izv. prof. dr. sc. Marina Perišić Prodan	
Naziv kolegija	Digitalni marketing	
Studijski program	Sveučilišni diplomski studij "Marketing u turizmu"	
Status kolegija	Obvezni	
Godina	1.	
Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave	ECTS bodovi	6 ECTS - a
	Broj sati (P+V+S)	60 (30+0+30)
OPIS KOLEGIJA		
1.1. Ciljevi kolegija		
Cilj je predmeta studente upoznati sa specifičnostima upravljanja marketinškim aktivnostima u digitalnom okruženju, s ciljem stjecanja kompetencija za razvoj marketinških aktivnosti primjenom digitalnih tehnologija.		
1.2. Uvjeti za upis kolegija		
Nema.		
1.3. Očekivani ishodi učenja za kolegij		
Nakon odslušanog i položenog predmeta student će biti sposoban: 1. Objasniti temeljne pojmove i koncepte u području digitalnog marketinga; 2. Analizirati i vrednovati marketinški značaj komunikacijskih alata u digitalnom okruženju; 3. Napisati i prezentirati marketinški plan za organizaciju/marku/proizvod u digitalnom okruženju; 4. Primijeniti različite oblike digitalnog marketinga u komunikaciji s ciljnim tržištem.		
1.4. Sadržaj kolegija		
Pojmovno određenje digitalnog marketinga. Specifičnosti procesa marketinških istraživanja u digitalnom okruženju. Obilježja marketing miksa u digitalnom okruženju. Strateško planiranje u digitalnom marketingu. Trendovi u digitalnoj marketinškoj i brend komunikaciji. Inbound marketing i digitalno oglašavanje. Marketing pretraživača – <i>Search Engine Marketing</i> (SEM), <i>Search Engine Optimization</i> (SEO), Kontekstualno oglašavanje. Marketing putem društvenih medija. Marketing sadržaja - kreiranje i upravljanje sadržajem. Mobilni i E-mail marketing. Ekonomija dijeljenja i platforme. Influencer marketing. E – poslovanje u digitalnom okruženju: karakteristike digitalnog marketinga u turizmu i hotelijerstvu.		
1.5. Vrste izvođenja nastave (staviti X)	☒ predavanja ☒ seminari i radionice ☐ vježbe ☐ obrazovanje na daljinu ☐ terenska nastava	☒ samostalni zadaci ☒ multimedija i mreža ☐ laboratorij ☒ mentorski rad ☐ ostalo _____

1.6. Obveze studenata

Redovito prisustvovanje nastavi i aktivno sudjelovanje u izvođenju nastave, izrada i prezentacija projektnog zadatka, izrada praktičnog rada, analiza studije slučaja, polaganje dva kolokvija, polaganje završnog ispita.

1.7. Praćenje rada studenata

Pohađanje nastave	2	Aktivnost u nastavi		Seminarski rad		Eksperimentalni rad	
Pismeni ispit	1,0	Usmeni ispit		Esej		Istraživanje	
Projekt	0,8	Kontinuirana provjera znanja	1,5	Referat		Praktični rad	0,5
Portfolio		Studija slučaja	0,2				

1.8. Ocjenjivanje i vrednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu

Ocjenjivanje i vrednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu provodi se temeljem Pravilnika o studiju i studiranju na FMTU. Za svaki kolegij izrađuje se detaljni izvedbeni nastavni plan kojim se usklađuju aktivnosti, studentsko opterećenje, ishodi učenja i metode ocjenjivanja.

1.9. Obvezna literatura i broj primjeraka u odnosu na broj studenata koji trenutačno pohađaju nastavu na kolegiju

Naslov	Broj primjeraka	Broj studenata
1. Dobrinić, D. (2023). Marketing – od papirusa do chatbota. Varaždin: Sveučilište u Zagrebu, Fakultet organizacije i informatike. (odabrana poglavlja)	5	
2. Krajnović, A., Sikirić, D. & Hordov, M. (2019). Digitalni marketing – nova era tržišne komunikacije. Zadar: Sveučilište u Zadru, Odjel za ekonomiju. (odabrana poglavlja)	5	
3. Ružić, D., Biloš, A. & Turkalj, D. (2014). E – marketing (3. izd.). Osijek: Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera, Ekonomski fakultet.	5	

1.10. Dopunska literatura

1. Hanlon A. & Tuten, T. L. (2022): The SAGE Handbook of Digital Marketing. Thousand Oaks: SAGE.
2. Filipović, J. (2021): Digitalni marketing, Beograd: Univerzitet u Beogradu, Ekonomski fakultet
3. Tuten, T. L. (2024): Social Media Marketing. Thousand Oaks: SAGE
4. Hanlon, A. (2019). Digital marketing: strategic planning & integration. Thousand Oaks: SAGE.

1.11. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija

Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pismene evaluacije opsežnim upitnicima te na druge načine predviđene prihvaćenim standardima, sukladno Pravilniku o sustavu za kvalitetu Sveučilišta u Rijeci i Pravilniku o sustavu osiguravanja i unapređivanja kvalitete Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.