



MEĐIMURSKO VELEUČILIŠTE U ČAKOVCU
MEĐIMURJE UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES IN
ČAKOVEC

SYLLABUS KOLEGIJA

AKADEMSKA GODINA: 2023./2024.

1. OPĆE INFORMACIJE O KOLEGIJU

1.1. Naziv kolegija	Digitalni marketing i oglašavanje			
1.2. Studijski program/i	Stručni prijediplomski studij Menadžment turizma i sporta Stručni prijediplomski studij Računarstvo			
1.3. Status kolegija (O, I)	izborni	1.6. Način izvođenja nastave (broj sati)	Predavanja	30
1.4. Šifra kolegija			Vježbe	30
1.5. Kratica kolegija	DMO		Seminar	
1.6. Semestar	V.		E-učenje	
1.7. Bodovna vrijednost (ECTS)	5	1.7. Mjesto i vrijeme održavanja nastave	Prostorije Međimorskog veleučilišta u Čakovcu, prema rasporedu objavljenom na internetskim stranicama	

2. NASTAVNO OSOBLJE

2.1. Nositelj/i-zvanje	dr.sc. Andrijana Kos Kavran, prof.v.š. dr.sc. Sanja Brekalo, prof.v.š.	kontakt	akos@mev.hr sbrekalo@mev.hr
		kontakt	
2.2. Asistent/i-zvanje		kontakt	
		kontakt	
2.3. Izvođač/i-zvanje	dr.sc. Andrijana Kos Kavran, prof.v.š. dr.sc. Sanja Brekalo, prof.v.š.	kontakt	
		kontakt	

3. OPIS KOLEGIJA

3.1. Ciljevi kolegija	Student će nakon odslušanog kolegija moći razumjeti funkcioniranje različitih digitalnih kanala, njihove prednosti te mogućnosti integracije. Studenti će pohađajući ovaj kolegij usvojiti praktična znanja o tome kako kreirati i provesti digitalnu kampanju, odabrati kanale ovisno o ciljanom korisniku te vrednovati rezultate kampanje.
3.2. Uvjeti za upis i polaganje kolegija	Nema uvjeta.
3.3. Ishodi učenja	Studenti će nakon uspješno savladanog kolegija moći: I1 - Objasniti tijek kreiranja digitalne kampanje i identificirati specifičnosti web stranica, Google Ads-a, Google Analyticsa, Youtube i Instagram društvene mreže I2 - Objasniti splet društvenih mreža (Facebook, Twitter, LinkedIn) i ostalih digitalnih kanala (E-mail, mobilno oglašavanje i In-game) za oglašivački nastup na temelju njihovih vrijednosti i količini dosega te kritički prosuđivati odabrane kanale oglašavanja u odnosu na etičke i pravne okvire te zadane norme za digitalnu kampanju u cjelini.

	<p>13 - Izabrati najbolju opciju digitalnog oglašavanja koristeći različite kanale, vrednovati rezultate na razini svakog pojedinog kanala digitalne kampanje.</p> <p>14 - Oblikovati složenu i višekanalnu oglašavačku kampanju u sklopu plana digitalnog marketinga odabranog poduzeća.</p>																																																									
3.4. Sadržaj kolegija	Kolegij iznosi sadržaje vezane za digitalne marketinške kanale s primjenom na različite organizacije. U nastavnim jedinicama iznose se sadržaji vezani za digitalnu marketinšku strategiju i plan, internetske stranice i društvene mreže.																																																									
3.5. Vrste izvođenja nastave	x	Predavanja	x	Vježbe	x	Mješovito e-učenje	x	Samostalni zadaci		Laboratorij																																																
		Seminari i radionice		Obrazovanje na daljinu		Terenska nastava		Multimedija i mreža		Mentorski rad																																																
		Ostalo:																																																								
3.6. Jezik izvođenja	Hrvatski/engleski																																																									
3.7. Praćenje rada studenata (upisati broj ECTS bodova za svaku aktivnost tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti kolegija, 1 ECTS = 30 sati)	2	Pohađanje nastave			Seminarski rad			Esej																																																		
		Aktivnost na nastavi		1	Projekt			Referat																																																		
		Kolokviji			Praktični rad			Kontinuirana provjera znanja																																																		
	2	Pisani ispit			Eksperimentalni rad																																																					
		Usmeni ispit			Istraživanje																																																					
3.8. Ocjenjivanje i vrednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Specifikacija aktivnosti</th> <th>Postotak %</th> <th>Bodovi</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td colspan="3" style="text-align: center;"><i>Vrednovanje tijekom nastave</i></td> </tr> <tr> <td>Kolokvij 1</td> <td>30%</td> <td>30</td> </tr> <tr> <td>Kolokvij 2</td> <td>30%</td> <td>30</td> </tr> <tr> <td>Zadaci</td> <td>7%</td> <td>7</td> </tr> <tr> <td>Aktivnost na nastavi</td> <td>3%</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td>Projekt</td> <td>30%</td> <td>30</td> </tr> <tr> <td colspan="3" style="text-align: center;"><i>Vrednovanje rada na ispitu za studente koji nisu kolokvirali</i></td> </tr> <tr> <td><i>Pismeni ispit</i></td> <td>60%</td> <td>60</td> </tr> <tr> <td>Ukupno:</td> <td>100%</td> <td>100</td> </tr> </tbody> </table>										Specifikacija aktivnosti	Postotak %	Bodovi	<i>Vrednovanje tijekom nastave</i>			Kolokvij 1	30%	30	Kolokvij 2	30%	30	Zadaci	7%	7	Aktivnost na nastavi	3%	3	Projekt	30%	30	<i>Vrednovanje rada na ispitu za studente koji nisu kolokvirali</i>			<i>Pismeni ispit</i>	60%	60	Ukupno:	100%	100																		
Specifikacija aktivnosti	Postotak %	Bodovi																																																								
<i>Vrednovanje tijekom nastave</i>																																																										
Kolokvij 1	30%	30																																																								
Kolokvij 2	30%	30																																																								
Zadaci	7%	7																																																								
Aktivnost na nastavi	3%	3																																																								
Projekt	30%	30																																																								
<i>Vrednovanje rada na ispitu za studente koji nisu kolokvirali</i>																																																										
<i>Pismeni ispit</i>	60%	60																																																								
Ukupno:	100%	100																																																								
3.9. Kriteriji ocjenjivanja –razrada po ishodima	<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="6">Način polaganja ishoda</th> </tr> <tr> <th></th> <th>Kolokvij 1</th> <th>Kolokvij 2</th> <th>Zadaci</th> <th>Projekt</th> <th>Ukupno</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Ishod 1</td> <td>30</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>30</td> </tr> <tr> <td>Ishod 2</td> <td></td> <td>30</td> <td></td> <td></td> <td>30</td> </tr> <tr> <td>Ishod 3</td> <td></td> <td></td> <td>7</td> <td></td> <td>7</td> </tr> <tr> <td>Ishod 4</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>30</td> <td>30</td> </tr> <tr> <td>Izvan ishoda</td> <td></td> <td></td> <td>3</td> <td></td> <td>3</td> </tr> <tr> <td>Ukupno</td> <td>30</td> <td>30</td> <td>10</td> <td>30</td> <td>100</td> </tr> </tbody> </table> <p>Bodovanje ishoda (da bi položio kolokvij/ispit student mora ostvariti najmanje 50% bodova za svaki ishod učenja)</p> <p>Bodovi Ocjena</p> <p>91 – 100 Izvrstan (5)</p> <p>81 – 90 Vrlo dobar (4)</p> <p>66 – 80 Dobar (3)</p> <p>51 – 65 Dovoljan (2)</p> <p>0 – 50 Nedovoljan (1)</p>										Način polaganja ishoda							Kolokvij 1	Kolokvij 2	Zadaci	Projekt	Ukupno	Ishod 1	30				30	Ishod 2		30			30	Ishod 3			7		7	Ishod 4				30	30	Izvan ishoda			3		3	Ukupno	30	30	10	30	100
Način polaganja ishoda																																																										
	Kolokvij 1	Kolokvij 2	Zadaci	Projekt	Ukupno																																																					
Ishod 1	30				30																																																					
Ishod 2		30			30																																																					
Ishod 3			7		7																																																					
Ishod 4				30	30																																																					
Izvan ishoda			3		3																																																					
Ukupno	30	30	10	30	100																																																					

3.10. Specifičnosti vezane uz polaganje kolegija	<p>Ukoliko student prikupi 50% bodova svakog ishoda izravno pristupa ispitu uz uvjet da je predao seminarski rad. Student ne može pristupiti ispitnom roku ukoliko nije predao seminarski rad. Seminarski radovi izrađuju se prema uputama objavljenim na Merlin sustavu i predaju se postavljanjem na Merlin. Seminarski rad se predaje minimalno 3 dana prije ispitnog roka.</p> <p>Ukoliko student ne ostvari dovoljan broj bodova na međuispitu, ne može pristupiti sljedećem međuispitu.</p> <p>Jednom ostvareni bodovi na međuispitima za svaki ishod učenja više se ne brišu osim u slučaju da sam student odluči popravljati rezultat za pojedini ishod učenja, pri čemu se do tada osvojeni bodovi brišu i upisuju se novoostvareni bodovi za taj ishod učenja.</p> <p>Završna ocjena dobiva se na ispitnom roku i zbroj je bodova ostvarenih tijekom nastave.</p> <p>Studenti koji nisu kolokvirali pristupaju pismenom dijelu ispita gdje se provjeravaju svi ishodi učenja, te su dužni prije izlaska na ispitni rok predati projektni rad.</p> <p>U slučaju da studenti prikupe 50% svakog ishoda učenja, a još uvijek nisu skupili minimalan broj bodova za pozitivnu ocjenu, moguće je usmeno provjeravanje znanja oko svakog ishoda učenja.</p>								
3.11. Obveze studenata	<p>Redovni studenti dužni su prisustvovati na najmanje 70% od ukupnog broja sati predavanja i vježbi kako bi ostvarili pravo izlaska na ispit.</p> <p>Izvanredni studenti dužni su prisustvovati na najmanje 30% od ukupnog broja sati predavanja i vježbi da bi ostvarili pravo izlaska na ispit.</p> <p>Ukoliko student nije ispunio sve obveze predviđene kolegijem, dužan je ponovno pohađati predavanja i ispuniti uvjete za pristupanje ispitu.</p> <p>Dolaznost se može nadoknaditi online konzultacijama, organiziranim webinarima te dodanim zadacima zadanim od strane nastavnika. Jedan nastavni sat traje 45 minuta, a više sati čine nastavnu cjelinu. Izostanak s jedne nastavne cjeline broji se kao jedan izostanak. Kašnjenja i ispričnice se bilježe zasebno. U tom slučaju da je student izostao s više od 50% nastave, a ima opravdan razlog/ispriku treba predati zahtjev Vijeću odjela koje potom odlučuje o opravdanosti studentskih izostanaka uz obvezno mišljenje nositelja kolegija.</p>								
3.12. Pisani radovi	<p>Seminarski radovi moraju biti pisani računalom i moraju imati minimalno 10-15 stranica teksta (Times New Roman, font slova 12), te adekvatnu naslovnu stranicu, sadržaj i označene stranice.</p>								
3.13. Obvezna literatura	<table border="1"> <tr> <td data-bbox="518 1444 582 1534">1.</td> <td data-bbox="590 1444 1452 1534">Ružić, D., Biloš, A., Turkalj, D. (2014): E-marketing, III. izmijenjeno i prošireno izdanje, Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Ekonomski fakultet u Osijeku, Osijek.</td> </tr> <tr> <td> </td> <td> </td> </tr> <tr> <td> </td> <td> </td> </tr> <tr> <td> </td> <td> </td> </tr> </table>	1.	Ružić, D., Biloš, A., Turkalj, D. (2014): E-marketing, III. izmijenjeno i prošireno izdanje, Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Ekonomski fakultet u Osijeku, Osijek.						
1.	Ružić, D., Biloš, A., Turkalj, D. (2014): E-marketing, III. izmijenjeno i prošireno izdanje, Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Ekonomski fakultet u Osijeku, Osijek.								
3.14. Dopunska literatura	<table border="1"> <tr> <td data-bbox="518 1657 582 1713">1.</td> <td data-bbox="590 1657 1452 1713">Ryan, D. (2014): Understanding Digital Marketing: Marketing Strategies for Engaging the Digital Generation, Kogan Page Limited, London, UK.</td> </tr> <tr> <td data-bbox="518 1713 582 1758">2.</td> <td data-bbox="590 1713 1452 1758">Bilješke s predavanja.</td> </tr> <tr> <td> </td> <td> </td> </tr> <tr> <td> </td> <td> </td> </tr> </table>	1.	Ryan, D. (2014): Understanding Digital Marketing: Marketing Strategies for Engaging the Digital Generation, Kogan Page Limited, London, UK.	2.	Bilješke s predavanja.				
1.	Ryan, D. (2014): Understanding Digital Marketing: Marketing Strategies for Engaging the Digital Generation, Kogan Page Limited, London, UK.								
2.	Bilješke s predavanja.								
4. DODATNE INFORMACIJE O KOLEGIJU									
4.1. Provjera kvalitete	<p>Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pisane evaluacije temeljeno na upitnicima, te na druge standardizirane načine a sukladno aktima Međimurskog veleučilišta u Čakovcu.</p>								

4.2. Kontaktiranje s nastavnikom	<p>Studenti mogu kontaktirati s nastavnikom tijekom termina konzultacija i za vrijeme nastave, dok se za kratka pitanja i objašnjenja mogu obratiti bilo koji dan tijekom radnog vremena dolaskom osobno ili fiksnim telefonom. Moguće je postaviti pitanja i e-mailom na koji će biti odgovoreno najkasnije za 48 sati. Poželjno je da studenti za sve nejasnoće dođu što češće na konzultacije.</p>
4.3. Informiranje o kolegiju	<p>Obveza je svakog studenta redovito se informirati o odvijanju nastave. Sve obavijesti o održavanju ili eventualnoj odgodi nastave bit će izvještene na oglasnoj ploči i na web stranici Veleučilišta minimalno 24 sati ranije.</p>
4.4. Doprinos kolegija studijskom programu	<p>Preddiplomski stručni studij Menadžment turizma i sporta I2 Primijeniti nove tehnologije i tehnike u procesu cjeloživotnog učenja I3 Kritički evaluirati argumente, pretpostavke i podatke u cilju stvaranja mišljenja i pridonosjenja rješenju problema I14 Kreirati marketinški plan organizacije</p> <p>Preddiplomski stručni studij Računarstvo IS3 Raditi u timu, upravljati stručnim projektima te surađivati sa stručnjacima iz realnog sektora IS4 Primijeniti komunikacijsku i profesionalnu etiku IS5 Identificirati trendove u ICT tehnologijama na domaćem i međunarodnom tržištu IS6 Analizirati potrebe korisnika (istražiti i detektirati izvore podataka, trenutno prisutne poslovne sustave, tehnološka ograničenja, specifičnosti poslovnog okruženja)</p>