

SVEUČILIŠTE U RIJECI
 FAKULTET INFORMATIKE I DIGITALNIH TEHNOLOGIJA
 Radmile Matejčić 2, Rijeka

Akademska godina 2023./2024.

OSNOVNI PODACI O PREDMETU		
Naziv predmeta	Digitalni marketing	
Studijski program	Sveučilišni diplomski studij Informatika (smjer: n	
Status predmeta	izborni	
Semestar	2. ili 4.	
Bodovna vrijednost i nastavno opterećenje	ECTS koeficijent opterećenosti studenata	6
	Broj sati (P+V+S)	30+30+0
Nositelj predmeta	Doc. dr. sc. Danijela Jakšić	
E-mail	danijela.jaksic@inf.uniri.hr	
Ured	Radmile Matejčić 2, O-422 (4. kat)	
Vrijeme konzultacija	Ponedjeljkom od 10h do 12h (uz obaveznu prethodnu najavu) ili po dogovoru e-mailom	
Asistent	Doc. dr. sc. Danijela Jakšić	
E-mail	danijela.jaksic@inf.uniri.hr	
Ured	Radmile Matejčić 2, O-422 (4. kat)	
Vrijeme konzultacija	Ponedjeljkom od 10h do 12h (uz obaveznu prethodnu najavu) ili po dogovoru e-mailom	
DETALJNI OPIS PREDMETA		
<i>Ciljevi predmeta</i>		
Cilj je predmeta usvajanje temeljnih i proširenih znanja iz područja digitalnog marketinga. Ta znanja, između ostalog, uključuju učinkovitu upotrebu metoda, postupaka i alata za planiranje i izvođenje kampanje digitalnog marketinga, stvaranje sadržaja za marketing sadržaja, upravljanje marketingom društvenih mreža i marketingom tražilice te provođenje postupaka marketinške optimizacije i analitike.		
<i>Uvjeti za upis predmeta</i>		
Nema uvjeta za upis predmeta.		
<i>Očekivani ishodi učenja za predmet</i>		
Očekuje se da, nakon izvršavanja svih programom predviđenih obveza, studentice i studenti budu sposobni:		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Razlikovati osnovne koncepte, postupke, metode i tehnike digitalnog marketinga. 2. Analizirati različite scenarije i prakse planiranja i upravljanja osnovnim strategijama digitalnog marketinga: marketing sadržaja, marketing društvenih mreža, e-mail marketing, marketing tražilice, marketinška optimizacija, marketinška analitika. 3. Vrednovati strategiju digitalnog marketinga za odabrani poslovni primjer i studiju slučaja. 4. Primijeniti metode, tehnike i alate za upravljanje strategijom digitalnog marketinga i izvođenje marketinške kampanje, na temelju istraživanja tržišta, praćenja trendova i primjera dobre prakse. 5. Kreirati i provesti cjelovitu digitalnu marketinšku kampanju za vlastiti projekt u odabranoj domeni, prema pravilima struke i dobre prakse. 		

- 16. Analizirati uspješnost digitalne marketinške kampanje, koristeći odabrane alate, postupke i metode marketinške analitike.
- 17. Rekreatirati elemente, strategije i faze digitalne marketinške kampanje za njenu veću uspješnost, na temelju spoznaja dobivenih korištenjem odabranih alata, postupaka i metoda marketinške optimizacije (SEO).

Sadržaj predmeta

Na predmetu se obrađuju sljedeći sadržaji:

- Istraživanje tržišta i marketinške inovacije. Psihologija i ponašanje potrošača u digitalnom svijetu. Upravljanje markom i reputacijom. Globalni trendovi u digitalnom marketingu. **Koncepti i principi digitalnog i internet marketinga.** Vrste digitalnog i internet marketinga. Kanali za digitalni marketing. Analiza i izrada strategija digitalnog marketinga. Analiza i izrada marketinškog plana i marketinškog miksa. Dizajn vizualnih komunikacija i digitalni alati za vizualne komunikacije. Medijske komunikacije. (I1, I2, I3)
- **Marketing sadržaja.** Životni ciklus i vrste sadržaja (TOFU, MOFU, BOFU). Copywriting. Content Writing. Digitalni alati za marketing sadržaja. **Marketing društvenih mreža.** Vrste društvenih mreža. Društveno slušanje. Društveni utjecaj. Društveno umrežavanje. Društvena prodaja. Digitalni alati za marketing društvenih mreža. **E-mail marketing.** Digitalni alati za e-mail marketing. Online odnosi s javnošću. **Digitalno oglašavanje.** Digitalni branding. Digitalni alati za online oglašavanje i branding. **Marketing tražilice** (Search Engine Marketing – SEM). Digitalni alati za marketing tražilice. **Marketinška optimizacija** (Search Engine Optimization – SEO). Digitalni alati za marketinšku optimizaciju. Postupci, metode i tehnike za marketinšku optimizaciju. **Marketinška analitika.** Mjerenje uspješnosti digitalnog marketinga. Postupci, metode i tehnike za marketinšku analitiku. Digitalni alati za marketinšku analitiku. (I4, I5, I6, I7)
- **Digitalne marketinške kampanje,** studije slučaja i primjeri dobre prakse za: online i elektronička poslovanja, web projekte, programske projekte i aplikacije, društvene medije i digitalne komunikacije. Planiranje, upravljanje i izvođenje cjelovite digitalne marketinške kampanje za vlastiti proizvod. (I4, I5, I6, I7)

<i>Način izvođenja nastave</i>	<input checked="" type="checkbox"/> predavanja	<input checked="" type="checkbox"/> samostalni zadaci
	<input type="checkbox"/> seminari i radionice	<input checked="" type="checkbox"/> multimedija i mreža
	<input checked="" type="checkbox"/> vježbe	<input checked="" type="checkbox"/> laboratorij
	<input checked="" type="checkbox"/> obrazovanje na daljinu	<input type="checkbox"/> mentorski rad
	<input type="checkbox"/> terenska nastava	<input type="checkbox"/> ostalo

Komentari
 Nastava će se izvoditi kombinirajući rad u učionici, e-učenje, praktični rad i samostalni rad izvan učionice. Studenti će kod upisa predmeta biti upućeni na kontinuirano korištenje sustava za e-učenje. U detaljnom izvedbenom nastavnom planu bit će objavljen raspored nastave s predavanjima i vježbama.

Obavezna literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)

1. Chaffey, D., Ellis-Chadwick, F. (2019). Digital marketing: strategy, implementation and practice. Pearson, United Kingdom.
2. Hartman, K. (2020). Digital Marketing Analytics: In Theory And In Practice. Independently published.

3.	Clarke, A. (2021). SEO 2022 Learn Search Engine Optimization With Smart Internet Marketing Strategies: Learn SEO with smart internet marketing strategies. Independently published.
4.	Sadržaji pripremljeni za učenje putem sustava za učenje.
<i>Dopunska literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)</i>	
1.	Smith, P. R., Zook, Z. (2019). Marketing Communications: Integrating Online and Offline, Customer Engagement and Digital Technologies. Kogan Page.
2.	Kingsnorth, S. (2019). Digital Marketing Strategy: An Integrated Approach to Online Marketing. Kogan Page.
3.	McGruer, D. (2020). Dynamic Digital Marketing: Master the World of Online and Social Media Marketing to Grow Your Business. Wiley.
4.	Clay, B., Jones, K. B. (2022). Search Engine Optimization All-in-One For Dummies. For Dummies.
<i>Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija</i>	
Predviđa se periodičko provođenje evaluacije s ciljem osiguranja i kontinuiranog unapređenja kvalitete nastave i studijskog programa (u okviru aktivnosti Odbora za upravljanje i unapređenje kvalitete Fakulteta informatike i digitalnih tehnologija). U zadnjem tjednu nastave provodit će se anonimna evaluacija kvalitete održane nastave od strane studentica i studenata. Provest će se i analiza njihove uspješnosti na predmetu (postotak onih koji su položili predmet i prosjek njihovih ocjena).	
<i>Jezik izvođenja nastave</i>	Hrvatski jezik
<i>Mogućnost izvođenja na stranom jeziku</i>	Ne

OBVEZE, PRAĆENJE RADA I VREDNOVANJE STUDENATA

Konstruktivno povezivanje

VRSTA AKTIVNOSTI	ECTS	ECTS - PRAKTIČNI RAD	ISHODI UČENJA	SPECIFIČNA AKTIVNOST	METODA PROCJENJIVANJA	BODOVI MAX.
Pohađanje nastave i aktivnosti u nastavi	2	1	I1-I7	Prisutnost studenata Korištenje sustava za e-učenje	Popisivanje (evidencija) Provjera podataka u sustavu	0
Praktični zadaci (Domaće zadaće)	1	1	I1-I4	Zadaci koji se rješavaju na nastavi i kod kuće (domaće zadaće)	Rješenja praktičnih zadataka se boduju prema definiranim kriterijima	50
Ispit (Marketinška kampanja)	3	2,5	I4-I7	Praktični projekt – razvoj, provedba i analiza vlastite marketinške kampanje	Marketinška kampanja i njena usmena obrana se boduju prema definiranim kriterijima	50
UKUPNO	6	4,5				100

Obveze i vrednovanje studenata – puna nastavna satnica

1. Pohađanje nastave i aktivnosti u nastavi

Nastava se odvija prema mješovitom modelu u kombinaciji klasične nastave u učionici i *online* nastave uz pomoć sustava za e-učenje prema rasporedu koji je prikazan je tablicom u nastavku. Studenti su dužni koristiti sustav za e-učenje Merlin (<https://moodle.srce.hr/>) gdje će se objavljivati informacije o predmetu, materijali za učenje, zadaci za vježbu, zadaci za domaće zadaće te obavijesti vezane za izvođenje nastave (putem foruma Obavijesti).

Studenti koji studiraju u punoj nastavnoj satnici (studenti koji su upisali studij u redovitom statusu) dužni su redovito pohađati nastavu, aktivno sudjelovati tijekom nastave te izvršavati aktivnosti predmeta u okviru sustava Merlin koje će nastavnici najavljivati putem foruma.

2. Praktični zadaci (Domaće zadaće)

Tijekom semestra studentice i studenti će u timovima rješavati praktične zadatke, u učionici na nastavi uživo ili od kuće (timske domaće zadaće). Praktični rad, odnosno zadaci na nastavi i/ili domaće zadaće kontinuirano prate gradivo tjednog rasporeda nastave, a ukupno ima 6 tjednih zadataka. Vrednovat će se način i kvaliteta riješenih zadataka, prema definiranim kriterijima. Na taj način bit će moguće skupiti najviše 50 bodova. Potrebno je ostvariti najmanje 50% ukupnih bodova ove ocjenske aktivnosti (25 bodova od ukupno 50), kako bi se ostvarilo pravo izlaska na ispit.

3. Ispit (Marketinška kampanja)

Studentice i studenti će na ispitu u paru stvoriti i provesti cjelovitu digitalnu marketinšku kampanju za vlastiti projekt u odabranoj domeni (tema po želji ili IT proizvod - softver, aplikacija, računalna igra, ...), prema svim pravilima struke i dobre prakse.

Marketinška kampanja uključivat će: razvoj online korisničkog iskustva (web sjedišta i/ili IT proizvoda), razvoj strategije digitalnog marketinga, provedbu kampanje digitalnog marketinga prema definiranim fazama i kriterijima, analizu uspješnosti digitalne marketinške kampanje te njenu optimizaciju za veću uspješnost.

Očekuje se da će marketinška kampanja biti razvijena, provedena i vrednovana prema svim pravilima struke i dobre prakse. Vrednovat će se način izrade i kvaliteta marketinške kampanje, kao i njeno izlaganje na usmenom dijelu ispita.

Na taj način bit će moguće skupiti najviše 50 bodova. Ispit nosi udio od najviše 50 ocjenskih bodova, a smatra se položenim samo ako je na njemu postignut minimalno 50%-ni uspjeh (25 bodova od ukupno 50).

Obveze i vrednovanje studenata – prilagođena nastavna satnica

1. Pohađanje nastave i aktivnosti u nastavi

Nastava se odvija prema mješovitom modelu u kombinaciji klasične nastave u učionici i *online* nastave uz pomoć sustava za e-učenje prema rasporedu koji je prikazan je tablicom u nastavku. Studenti su dužni koristiti sustav za e-učenje Merlin (<https://moodle.srce.hr/>) gdje će se objavljivati informacije o predmetu, materijali za učenje, zadaci za vježbu, zadaci za domaća zadaća te obavijesti vezane za izvođenje nastave (putem foruma Obavijesti).

Studenti koji studiraju u sklopu prilagođene nastavne satnice (studenti koji su upisali studij u izvanrednom statusu) mogu izostati s najviše 50% sati nastave (predavanja i vježbi), a dužni su aktivno sudjelovati tijekom nastave (u učionici ili *online*) te izvršavati aktivnosti predmeta u okviru sustava Merlin koje će nastavnici najavljivati putem foruma.

2. Obveze i aktivnosti vrednovanja

Obveze i vrednovanje studenata koji studiraju u sklopu prilagođene nastavne satnice, jednake su onima studenata koji studiraju u sklopu pune nastavne satnice.

Ocjenjivanje

Kontinuiranim radom tijekom semestra na prethodno opisani način studenti mogu ostvariti najviše 50 ocjenskih bodova, a da bi mogli pristupiti ispitu predmeta moraju ostvariti 50% i više bodova (minimalno 25) i zadovoljiti sve prethodno definirane bodovne pragove na nastavnim aktivnostima te uvjete propisane ovim izvedbenim planom.

Ispit nosi udio od maksimalno 50 ocjenskih bodova, a smatra se položenim samo ako na njemu student postigne minimalno 50%-ni uspjeh (ispitni prag je 50% uspješno izrađene i obranjene marketinške kampanje). Ako je ispit prolazan, skupljeni bodovi će se pribrojati prethodnima i prema ukupnom rezultatu formirat će se pripadajuća ocjena. U suprotnom, student ima pravo pristupa ispitu još 2 puta (ukupno do 3 puta tijekom akademske godine).

Konačna ocjena ostvarenosti ishoda učenja na predmetu

Konačna ocjena ostvarenosti ishoda učenja na predmetu je zbroj ocjenskih bodova postignutih u kontinuiranom praćenju i vrednovanju i ocjenskih bodova postignutih na ispitu, a donosi se na sljedeći način:

A – 90% - 100%	(ekvivalent: izvrstan 5, slovna ocjena A)
B – 75% - 89,9%	(ekvivalent: vrlo dobar 4, slovna ocjena B)
C – 60% - 74,9%	(ekvivalent: dobar 3, slovna ocjena C)
D – 50% - 59,9%	(ekvivalent: dovoljan 2, slovna ocjena D)
F – 0% - 49,9%	(ekvivalent: nedovoljan 1, slovna ocjena F)

Ispitni termini

27.06.2024.
11.07.2024.
29.08.2024.
12.09.2024.

Ispričnice za izostanak s nastave

Ispričnicu za opravdani izostanak s nastave potrebno je predati predmetnim nastavnicima najkasnije 7 dana nakon izostanka. U suprotnom izostanak se neće opravdati.

SATNICA IZVOĐENJA NASTAVE – ljetni (II./IV.) semestar akademske godine 2023./2024.

Nastava će se na predmetu odvijati u zimskom semestru prema sljedećem rasporedu:

predavanja: srijedom 8:30 – 10:00 u O-365

vježbe: srijedom 10:00 – 11:30 u O-365

Commented [A1]: Navesti u komentaru brojem koliko se sati P i V održava online te njihov ukupan broj izraziti u postotku kao u primjeru: 14P + 10V – 40% nastavnih sati online

Commented [A2R1]: 12P + 12V = 40% nastave je online

Tj.	Datum	Vrijeme	Prostor	Tema	Nastava	Izvođač
1.	6.3.2024.	8:30h	O-365	Uvod u predmet + podjela u timove za rad na nastavi	P1/V1	Danijela Jakšić
2.	13.3.2024.	8:30h	online	Uvod u digitalni marketing	P2	Danijela Jakšić
2.	13.3.2024.	10:00h	online	Studije slučaja digitalnog marketinga	V2	Danijela Jakšić
3.	20.3.2024.	8:30h	O-365	Marketinška strategija - analiza i izrada strategije	P3	Danijela Jakšić
3.	20.3.2024.	10:00h	O-365	Studije slučaja marketinških strategija	V3	Danijela Jakšić
4.	27.3.2024.	8:30h	online	Predaja 1. zadaće (analiza i izrada strategije DM)	P4	Danijela Jakšić
4.	27.3.2024.	10:00h	online		V4	Danijela Jakšić
5.	3.4.2024.	8:30h	O-365	Marketing sadržaja. Životni ciklus. Copywriting. Content Writing. Digitalni alati za marketing sadržaja.	P5	Danijela Jakšić
5.	3.4.2024.	10:00h	O-365	Marketing sadržaja (početak rada na 2. zadaći)	V5	Danijela Jakšić
6.	10.4.2024.	8:30h	online	Marketing društvenih mreža. Slušanje, utjecaj i umrežavanje. Digitalni alati za marketing mreža. Predaja 2. zadaće (Merlin)	P6	Danijela Jakšić
6.	10.4.2024.	10:00h	online	Marketing društvenih mreža (početak rada na 3. zadaći)	V6	Danijela Jakšić
7.	17.4.2024.	8:30h	O-365	Digitalno oglašavanje i e-mail marketing. Alati za oglašavanje (Google i Facebook Ads, Mailchimp, ...). Predaja 3. zadaće (Merlin)	P7	Danijela Jakšić
7.	17.4.2024.	10:00h	O-365	Digitalno oglašavanje i e-mail marketing (početak rada na 4. zadaći)	V7	Danijela Jakšić
8.	24.4.2024.	8:30h	O-365	Marketing tražilice (SEM) i marketinška optimizacija (SEO). Alati za optimizaciju (Google SC, Yoast SEO, ...). Predaja 4. zadaće (Merlin)	P8	Danijela Jakšić
8.	24.4.2024.	10:00h	O-365	SEM i SEO (početak rada na 5. zadaći)	V8	Danijela Jakšić
9.	1.5.2024.			PRAZNIK		Danijela Jakšić
10.	8.5.2024.	8:30h	online	Marketinška analitika - mjerenje uspješnosti digitalnog marketinga (Google Analytics, Clicky, Matomo, ...). Predaja 5. zadaće (Merlin)	P10	Danijela Jakšić
10.	8.5.2024.	10:00h	online	DM analitika (početak rada na 6. zadaći)	V10	Danijela Jakšić
11.	15.5.2024.	8:30h	O-365	Planiranje digitalne marketinške kampanje Predaja 6. zadaće (Merlin)	P11	Danijela Jakšić
11.	15.5.2024.	10:00h	O-365	Planiranje DM kampanje	V11	Danijela Jakšić
12.	22.5.2024.	8:30h	online	Pokretanje i provedba digitalne marketinške kampanje	P12+V12	Danijela Jakšić
13.	29.5.2024.	8:30h	online	Analiza i optimizacija digitalne marketinške kampanje	P13+V13	Danijela Jakšić
14.	5.6.2024.	8:30h	O-365	Konzultacije za digitalnu marketinšku kampanju	P14+V14	Danijela Jakšić
15.	12.6.2024.	8:30h	O-365	Konzultacije za digitalnu marketinšku kampanju	P15+V15	Danijela Jakšić

P – predavanja V – vježbe