

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

Akademska godina 2022./2023.

OSNOVNI PODACI O PREDMETU		
Naziv predmeta	Digitalni marketing	
Studijski program	Sveučilišni diplomski studij Informatika	
Status predmeta	obvezatan za modul PI	
Semestar	2.	
Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave	ECTS koeficijent opterećenosti studenata	6
	Broj sati (P+V+S)	30+30+0
Nositeljica predmeta	Doc. dr. sc. Danijela Jakšić	
E-mail	<a href="mailto:danijela.jaksic@inf.uniri.hr">danijela.jaksic@inf.uniri.hr</a>	
Ured	Radmile Matejčić 2, O-422 (4. kat)	
Vrijeme konzultacija	Srijedom od 12h do 14h uz prethodni dogovor e-mailom	
Asistentica	Doc. dr. sc. Danijela Jakšić	
E-mail	<a href="mailto:danijela.jaksic@inf.uniri.hr">danijela.jaksic@inf.uniri.hr</a>	
Ured	Radmile Matejčić 2, O-422 (4. kat)	
Vrijeme konzultacija	Srijedom od 12h do 14h uz prethodni dogovor 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"> <li>11. Razlikovati osnovne koncepte, postupke, metode i tehnike digitalnog marketinga.</li> <li>12. 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.</li> <li>13. Vrednovati strategiju digitalnog marketinga za odabrani poslovni primjer i studiju slučaja.</li> <li>14. Primijeniti metode, tehnike i alate za upravljanje strategijom digitalnog marketinga i izvođenje marketinške kampanje, na temelju istraživanja tržišta, praćenja trendova i primjera dobre prakse.</li> <li>15. Kreirati i provesti cjelovitu digitalnu marketinšku kampanju za vlastiti projekt u odabranoj domeni, prema pravilima struke i dobre prakse.</li> <li>16. Analizirati uspješnost digitalne marketinške kampanje, koristeći odabrane alate, postupke i metode marketinške analitike.</li> <li>17. Rekreativirati elemente, strategije i faze digitalne marketinške kampanje za njenu veću uspješnost, na temelju spoznaja dobivenih korištenjem odabranih alata, postupaka i metoda marketinške optimizacije (SEO).</li> </ol>		
<i>Sadržaj predmeta</i>		

<ul style="list-style-type: none"> <li>Istraživanje tržišta i marketinške inovacije. Psihologija i ponašanje potrošača u digitalnom svijetu. Upravljanje markom i reputacijom. Globalni trendovi u digitalnom marketingu. <b>Koncepti i principi digitalnog i internet marketinga.</b> 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.</li> <li><b>Marketing sadržaja.</b> Životni ciklus i vrste sadržaja (TOFU, MOFU, BOFU). Copywriting. Content Writing. Digitalni alati za marketing sadržaja. <b>Marketing društvenih mreža.</b> Vrste društvenih mreža. Društveno slušanje. Društveni utjecaj. Društveno umrežavanje. Društvena prodaja. Digitalni alati za marketing društvenih mreža. <b>E-mail marketing.</b> Digitalni alati za e-mail marketing. Online odnosi s javnošću. <b>Digitalno oglašavanje.</b> Digitalni branding. Digitalni alati za online oglašavanje i branding. <b>Marketing tražilice</b> (Search Engine Marketing – SEM). Digitalni alati za marketing tražilice. <b>Marketinška optimizacija</b> (Search Engine Optimization – SEO). Digitalni alati za marketinšku optimizaciju. Postupci, metode i tehnike za marketinšku optimizaciju. <b>Marketinška analitika.</b> Mjerenje uspješnosti digitalnog marketinga. Postupci, metode i tehnike za marketinšku analitiku. Digitalni alati za marketinšku analitiku.</li> <li><b>Digitalne marketinške kampanje,</b> 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.</li> </ul>		
Vrsta izvođenja nastave	<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.	
<i>Obavezna literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)</i>		
<ol style="list-style-type: none"> <li>Chaffey, D., Ellis-Chadwick, F. (2019). Digital marketing: strategy, implementation and practice. Pearson, United Kingdom.</li> <li>Hartman, K. (2020). Digital Marketing Analytics: In Theory And In Practice. Independently published.</li> <li>Clarke, A. (2021). SEO 2022 Learn Search Engine Optimization With Smart Internet Marketing Strategies: Learn SEO with smart internet marketing strategies. Independently published.</li> <li>Sadržaji pripremljeni za učenje putem sustava za učenje.</li> </ol>		
<i>Dopunska literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)</i>		
<ol style="list-style-type: none"> <li>Smith, P. R., Zook, Z. (2019). Marketing Communications: Integrating Online and Offline, Customer Engagement and Digital Technologies. Kogan Page.</li> <li>Kingsnorth, S. (2019). Digital Marketing Strategy: An Integrated Approach to Online Marketing. Kogan Page.</li> <li>McGruer, D. (2020). Dynamic Digital Marketing: Master the World of Online and Social Media Marketing to Grow Your Business. Wiley.</li> <li>Clay, B., Jones, K. B. (2022). Search Engine Optimization All-in-One For Dummies. For Dummies.</li> </ol>		
<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).		
Mogućnost izvođenja na stranom jeziku	Ne	

**OBVEZE, PRAĆENJE RADA I VREDNOVANJE STUDENATA**

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	1	1	I2, I4	Zadaci koji se rješavaju na nastavi i kod kuće (domaće zadaće)	Rješenja praktičnih zadataka se boduju prema definiranim kriterijima	30
Analiza marketinške strategije	1	0,5	I1, I3	Kritička analiza odabrane marketinške strategije te izrada seminarskog rada	Analiza se boduje prema definiranim kriterijima	20
Završni ispit (Marketinška kampanja)	2	1,5	I5, I6, I7	Praktični projekt – razvoj, provedba i analiza vlastite marketinške kampanje	Marketinška kampanja i njena usmena obrana se boduju prema definiranim kriterijima	50
<b>UKUPNO</b>	<b>6</b>	<b>4</b>				<b>100</b>

**Obveze i vrednovanje studentica i studenata****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. Studentice i 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).

Studentice i studenti su dužni redovito pohađati nastavu, aktivno sudjelovati tijekom nastave te izvršavati aktivnosti predmeta u okviru sustava Merlin koje će nastavnici najavljivati putem foruma.

**2. Praktični zadaci**

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 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 30 bodova. Potrebno je ostvariti najmanje 50% ukupnih bodova ove ocjenske aktivnosti (15 bodova od ukupno 30), kako bi se ostvarilo pravo izlaska na završni ispit.

**3. Analiza marketinške strategije**

Tijekom semestra studentice i studenti će u timovima izraditi analizu studije slučaja, odnosno analizu i vrednovanje odabrane strategije digitalnog marketinga. Vrednovat će se način i kvaliteta izrade analize, prema definiranim kriterijima. Na taj način bit će moguće skupiti najviše 20 bodova. Potrebno je ostvariti najmanje 50% ukupnih bodova ove ocjenske aktivnosti (10 bodova od ukupno 20), kako bi se ostvarilo pravo izlaska na završni ispit.

**4. Završni ispit (Marketinška kampanja)**

Na završnom ispitu studentice i studenti će samostalno stvoriti i provesti cjelovitu digitalnu marketinšku kampanju za vlastiti projekt u odabranoj domeni (tema po želji ili IT proizvod - softver, aplikacija, računalna igri, ...), 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, 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 završnog ispita. Na taj bit će moguće skupiti najviše 50 bodova. Završni 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).

### **Ocjenjivanje**

Kontinuiranim radom tijekom semestra na prethodno opisani način studentice i studenti mogu ostvariti najviše 50 ocjenskih bodova, a da bi mogli pristupiti završnom ispitu moraju ostvariti 50% i više bodova (najmanje 25 bodova) te zadovoljiti sve prethodno definirane bodovne pragove na nastavnim aktivnostima.

Studentice i studenti koji su skupili najmanje 25 ocjenskih bodova te su postigli sve prethodno definirane bodovne pragove na nastavnim aktivnostima, mogu pristupiti završnom ispitu (razvoju, provedbi i unaprjeđenju marketinške kampanje te njenom usmenom izlaganju).

Završni ispit nosi udio od najviše 50 ocjenskih bodova, a smatra se položenim samo ako je na njemu postignut minimalno 50%-ni uspjeh (ispitni prag je 50% uspješno izrađene i obranjene marketinške kampanje).

Ako je završni ispit prolazan, skupljeni bodovi će se pribrojati prethodnima i prema ukupnom rezultatu formirat će se pripadajuća ocjena. U suprotnom, moguće je pristupiti završnom ispitu još 2 puta (ukupno do 3 puta).

### **Konačna ocjena iz predmeta**

Donosi se na osnovu zbroja svih bodova prikupljenih tijekom izvođenja nastave prema sljedećoj skali:

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

### **Ispričnice za izostanak s nastave**

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

### **Ispitni rokovi**

Redoviti:  
29.06.2023.  
13.07.2023.

Izvanredni:  
31.08.2023.  
14.09.2023.

**RASPORED NASTAVE** – ljetni (II.) semestar akademske godine 2022./2023.

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

predavanja: četvrtkom u 8:30h u O-365

vježbe: četvrtkom u 10:00h u O-365

Tj.	Datum	Vrijeme	Prostor	Tema	Nastava	Izvođač
1.	2.3.2023.	8:30h	O-365	Uvod u predmet + podjela u timove	P1/V1	Danijela Jakšić
2.	9.3.2023.	8:30h	online	Uvod u digitalni marketing	P2	Danijela Jakšić
2.	9.3.2023.	10:00h	online	Studije slučaja digitalnog marketinga	V2	Danijela Jakšić
3.	16.3.2023.	8:30h	O-365	Marketinška strategija	P3	Danijela Jakšić
3.	16.3.2023.	10:00h	O-365	Studije slučaja marketinških strategija	V3	Danijela Jakšić
4.	23.3.2023.	8:30h	online	Analiza strategije digitalnog marketinga	P4	Danijela Jakšić
4.	23.3.2023.	10:00h	online	Izrada digitalne marketinške strategije	V4	Danijela Jakšić
5.	30.3.2023.	8:30h	O-365	Marketing sadržaja. Životni ciklus. Copywriting. Content Writing. Digitalni alati za marketing sadržaja.	P5	Danijela Jakšić
5.	30.3.2023.	10:00h	O-365	Marketing sadržaja (1. i 2. zadatak)	V5	Danijela Jakšić
6.	6.4.2023.	8:30h	online	Analiza strategije digitalnog marketinga	P6	Danijela Jakšić
<b>6.</b>	<b>6.4.2023.</b>	<b>10:00h</b>	<b>online</b>	<b>Predaja analize strategije digitalnog marketinga</b>	<b>V6</b>	<b>Danijela Jakšić</b>
7.	13.4.2023.	8:30h	online	Marketing društvenih mreža. Slušanje, utjecaj i umrežavanje. Digitalni alati za marketing mreža.	P7	Danijela Jakšić
<b>7.</b>	<b>13.4.2023.</b>	<b>10:00h</b>	<b>online</b>	<b>Predaja 1. i 2. zadatka (Merlin) + Marketing društvenih mreža (3. zadatak)</b>	<b>V7</b>	<b>Danijela Jakšić</b>
8.	20.4.2023.	8:30h	O-365	Digitalno oglašavanje i e-mail marketing. Alati za oglašavanje (Google i Facebook Ads, Mailchimp, ...).	P8	Danijela Jakšić
<b>8.</b>	<b>20.4.2023.</b>	<b>10:00h</b>	<b>O-365</b>	<b>Predaja 3. zadatka (Merlin) + Digitalno oglašavanje i e-mail marketing (4. zadatak)</b>	<b>V8</b>	<b>Danijela Jakšić</b>
9.	27.4.2023.	8:30h	O-365	Marketing tražilice (SEM) i marketinška optimizacija (SEO). Alati za optimizaciju (Google SC, Yoast SEO, ...).	P9	Danijela Jakšić
<b>9.</b>	<b>27.4.2023.</b>	<b>10:00h</b>	<b>O-365</b>	<b>Predaja 4. zadatka (Merlin) + SEM i SEO (5. zadatak)</b>	<b>V9</b>	<b>Danijela Jakšić</b>
10.	4.5.2023.	8:30h	O-365	Marketinška analitika - mjerenje uspješnosti digitalnog marketinga (Google Analytics, Clicky, Matomo, ...).	P10	Danijela Jakšić
<b>10.</b>	<b>4.5.2023.</b>	<b>10:00h</b>	<b>O-365</b>	<b>Predaja 5. zadatka (Merlin) + DM analitika (6. zadatak)</b>	<b>V10</b>	<b>Danijela Jakšić</b>
11.	11.5.2023.	8:30h	O-365	Planiranje digitalne marketinške kampanje	P11	Danijela Jakšić
<b>11.</b>	<b>11.5.2023.</b>	<b>10:00h</b>	<b>O-365</b>	<b>Predaja 6. zadatka (Merlin) + Planiranje DM kampanje</b>	<b>V11</b>	<b>Danijela Jakšić</b>
12.	18.5.2023.	8:30h	online	Pokretanje i provedba digitalne marketinške kampanje	P12	Danijela Jakšić
12.	18.5.2023.	10:00h	online	Pokretanje i provedba digitalne marketinške kampanje	V12	Danijela Jakšić
13.	25.5.2023.	8:30h	online	Analiza i optimizacija digitalne marketinške kampanje	P13	Danijela Jakšić
13.	25.5.2023.	10:00h	online	Analiza i optimizacija digitalne marketinške kampanje	V13	Danijela Jakšić
14.	1.6.2023.	8:30h	O-365	Konzultacije za digitalnu marketinšku kampanju	P14	Danijela Jakšić
14.	1.6.2023.	10:00h	O-365	Konzultacije za digitalnu marketinšku kampanju	V14	Danijela Jakšić
15.	8.6.2023.			PRAZNIK - NERADNI DAN	P15/V15	Danijela Jakšić

P – predavanja V – vježbe