

	Odjel za turizam i komunikacijske znanosti	Preddiplomski studij
	OPIS PREDMETA	

NAZIV PREDMETA	PROMOTIVNE AKTIVNOSTI				
Šifra	IKP038		ECTS	3	
Status predmeta	Izborni		Akadska godina	2012./2013.	
Godina	III.		Semestar	V.	
Jezik izvođenja predmeta	Hrvatski				
Preduvjeti upisa/polaganja predmeta	Položene Počela ekonomije i upisan kolegij Marketing				
Nositelj predmeta	doc.dr.sc. Božena Krce Miočić				
Suradnik na predmetu					
Vrste izvođenja nastave	Predavanja	Seminari	Vježbe	Terenska nastava	Ostalo (upisati)
	15	15	-	-	-
	Izvoditelj nastave				
	doc.dr.sc. Božena Krce Miočić Radimir Jurić, prof.	Šime Knežević, prof.			
Mjesto izvođenja nastave	Novi kampus, Franje Tuđmana 24i, Zadar prema objavljenom rasporedu sati				
Cilj predmeta	Pružiti studentima specifična znanja i vještine iz područja integriranih marketinških komunikacija s ciljem implementacije stečenih znanja u budućem radu. Podučiti studente kako učinkovito koristiti sredstva promotivnog miksa uz optimalizaciju sredstava u cilju postizanja sinergijskog efekta prilikom promoviranja proizvoda i usluga u kulturi i turizmu				
Ishodi učenja	<ol style="list-style-type: none"> Izraditi marketinški brif Sastaviti prijedlog plana promoviranja Analizirati i odabrati važne medije te izraditi plan zakupa medija Prikazati prijedlog organizacije prikupljanja sredstava za odabranu kulturnu instituciju i argumentirati svoj stav 				
Sadržaj predmeta po cjelinama	Tjedan	Cjelina	Vrsta nastave	Broj sati	Tema
	1.		P	1	Uvodno predavanje Definiranje pojmova promocije i integrirane marketinške komunikacije.
	1.		S	1	Podjela seminarskih tema
	2.		P+S	1+1	Komunikacija – ciljevi, proces. Komunikacija u funkciji promocije
	3.		P+S	1+1	Mjesto promocije u marketing miksu
	4.		P+S	1+1	Upravljanje promocijom
	5.		P+S	1+1	Etičnost u oglašavanju
	6.		P+S	1+1	Propagandna poruka. Vizualna komunikacija
	7.		P	1	Marketinški brif primjer
	7.		S	1	I. KOLOKVIJ
	8.		P+S	1+2	Odabir promotivnog miksa
	9.		P+S	1+2	Oglašavanje
	10.		P+S	1+2	Odnosi s javnošću i publicitet
	11.		P+S	1+2	Zakup medija
12.		P+S	1+2	Osobna prodaja. Direktni marketing.	

	Odjel za turizam i komunikacijske znanosti	Preddiplomski studij
	OPIS PREDMETA	Kultura i turizam

	13.		P+S	1+2	Internet i promocija – Novi mediji.
	14.		P+S	1+1	Događanja, Sajmovanje, Fundraising
	15.		S	1	II. KOLOKVIJ
	15.		P	1	Zaključna razmatranja, podjela potpisa
Obvezna literatura:	Kesić, T. (2003.) Integrirana marketinška komunikacija. Zagreb: Opinio.				
Dopunska literatura:	Pavičić, J.; Alfirević, N.; Aleksić, Lj. (2006.) Marketing i menadžment u kulturi i umjetnosti. Zagreb: Masmedia. - 191-208. Kotler, N. G; Kotler, P.; Kolter, W. I. (2008.) Museum marketing and strategy: designing missions, building audiences, generating revenue and resources. San Francisco: Jossey-Bass. Sudar, J., Keller, G. (1991.) Promocija. Zagreb: Informator. Meler, M. (1997.) Promocija. Osijek: Ekonomski fakultet u Osijeku INTERNET ADRESE: www.hura.hr ; www.ama-pdx.org ; http://www.chicagoama.org/ www.cromar.hr				
Praćenje i ocjenjivanje stečenih znanja i vještina	NAPOMENA: Konačna ocjena formirat će se na temelju ostvarenog uspjeha na svim elementima ocjenjivanja koja su dolje navedena. Svi elementi ocjenjivanja moraju biti ocijenjeni prolaznom ocjenom.				
	Oblik rada	BODOVI	Oblik rada	BODOVI	
	Aktivno sudjelovanje na nastavi	20	Referat – Praktični zadaci	20	
	Domaće zadaće	-	Eksperimentalni rad	-	
	Esej	-	Grupni zadatak (projekt)	-	
	Seminarski rad	-	Projekt	-	
	Pismeni ispit	40	Praktični rad	-	
	Usmeni ispit	20Ostalo upisati	-	
	Kolokviji*	(2*20)	UKUPNO	100	
* Studenti tijekom semestra mogu izaći na dva kolokvija, čime se mogu osloboditi završnoga pismenog ispita. Studenti su oslobođeni završnog pismenog ispita, ako polože oba kolokvija i ako su zadovoljni konačnom ocjenom. U suprotnome studenti izlaze na pismeni ispit. Svi studenti - i oni koji su oslobođeni pismenog ispita i oni koji nisu - moraju položiti završni usmeni ispit. Završni ispit obuhvaća cjelokupno gradivo ispita.					
Formiranje ocjene	BODOVI (od – do)			Ocjena	
	do 59			1 (nedovoljan)	
	od 60 do 69			2 (dovoljan)	
	od 70 do 79			3 (dobar)	
	od 80 do 89			4 (vrlo dobar)	
	više od 90			5 (izvrstan)	
Izračun ECTS bodova					
NAPOMENA: Prosječno radno opterećenje studenta/ice za stjecanje 1 ECTS boda = 25 - 30 sati					
Element opterećenja vrijeme potrebno za	Prosječno potreban broj sati			Prosječno potreban broj sati	
	Redovni studij			Izvanredni studij	
Nastava	30			10	
Zadaće (projekti, seminari, eseji...)	20			40	
Ispiti i kolokviji	30			30	
Ukupno	80			80	
Uvjeti za dobivanje potpisa					
Za redovite studente obvezno je najmanje 70% sudjelovanje na nastavi, pozitivno ocijenjen seminarski rad najkasnije do 15.01.2013. Za izvanredne studente obvezno je najmanje 30% sudjelovanje u svim oblicima nastave (uključivo i konzultativnu), pozitivno ocijenjena poslovna ideja najkasnije do 15.01.2013. Temelj za utvrđivanje prisustvovanja na nastavi su Obrasci evidencije nazočnosti studenata na nastavi (1 i 2).					
Konzultacije					

	Odjel za turizam i komunikacijske znanosti	Preddiplomski studij
	OPIS PREDMETA	Kultura i turizam

dan u tjednu	vrijeme održavanja
UTORAK	9:30 – 10:30
SRIJEDA	17:30 – 18:30
Kontakt informacije	
krceb@unizd.hr Novi kampus Sveučilišta u Zadru, kabinet broj 49. Franje Tuđmana 24i , Zadar tel. +385 (23) 345 028 u vrijeme konzultacija	
Način praćenja kvalitete i uspješnosti izvedbe svakog predmeta	Studentska evaluacija na razini Sveučilišta Skupni i individualni razgovori sa studentima
Dodatna napomene nastavnika	