

ISVU šifra	Naziv predmeta				Status predmeta	Semestar
220837	Strategija digitalnog marketinga				Obvezni	3
Tip predmeta	Oblici nastave (ukupan broj sati u semestru)				Samostalni rad (sati)	ECTS
Stručni	P	S	V	E-učenje	4	
	15	15	0			
Nastavnik	doc.dr.sc. Željka Marčinko Trkulja					
Suradnik						
Cilj predmeta	C1: Osposobiti studente za razumijevanje i primjenu naprednih strategija digitalnog marketinga kroz analizu suvremenih trendova, digitalne transformacije i inovativnih poslovnih modela. C2: Pružiti studentima detaljan uvid u digitalnu marketinšku komunikaciju, uključujući strateško planiranje, etičke i pravne aspekte te optimizaciju korisničkog iskustva u online okruženju. C3: Razviti kompetencije studenata za samostalno kreiranje, implementaciju i analizu učinkovitosti digitalnih marketinških strategija, uz korištenje alata za automatizaciju marketinga, analitičkih metoda i naprednih tehnoloških rješenja. C4: Potaknuti studente na kreativno razmišljanje i inovativno pristupanje u osmišljavanju integriranih digitalnih marketinških kampanja, s ciljem stvaranja konkurentske prednosti. C5: Osposobiti studente za praktičnu primjenu naprednih analitičkih alata i tehnologija u kontinuiranom unaprjeđenju marketinških strategija te prilagodbi promjenama u digitalnom okruženju.					
Ishodi učenja	1. Utvrditi i opisati temeljne pojmove i koncepte digitalnog marketinga 2. Prepoznati, interpretirati i usporediti glavne trendove razvoja strategija digitalnog marketinga 3. Procijeniti i valorizirati utjecaj temeljnih digitalnih alata (Google Adwords, Analytics, Facebook Insights, itd.) na implementaciju strategija digitalnog marketinga 4. Utvrditi odrednice primjene digitalnih društvenih mreža za potrebe digitalnog marketinga					
Uvjeti za upis predmeta (odslušan ili položen kolegij) te potrebna znanja i vještine	Ne postoje uvjeti za upis predmeta					
Vrste izvođenja predmeta	Predavanja Seminar i radionice Samostalni zadaci				Komentari	
Obveze studenata	Sukladno Pravilniku o studijima i studiranju Sveučilišta Sjever, svibanj 2023.					
Sadržaj predmeta						
Nastavna cjelina			Oblici nastave (sati)			
			Predavanja	Seminari	Vježbe	E-učenje
Obvezna literatura	1. Stokes, R. and The Minds of Red&Yellow (2022) eMarketing: The essential guide to marketing in a digital world, 7th Edition. Red & Yellow. 2. Chaffey, D., & Smith, P. R. (2022). Digital marketing excellence: planning, optimizing and integrating online marketing. Routledge.					
Dopunska literatura						
Način provjere ishoda učenja	Način provjere ishoda učenja se provodi kroz kontinuiranu provjeru znanja, seminar i analize slučajaja, te pismeni ispit					
Završni / Diplomski rad	Da					