

ISVU šifra	Naziv predmeta				Status predmeta	Semestar
293856	Inovativni marketing u EU okruženju				Izborni	2
Tip predmeta	Oblici nastave (ukupan broj sati u semestru)				Samostalni rad (sati)	ECTS
Stručni	P	S	V	E-učenje		4
	15	10				
Nastavnik	doc.dr.sc. Željka Marčinko Trkulja					
Suradnik						
Cilj predmeta	C1: Upoznati studente s konceptima inovativnog marketinga te njegovom ulogom u poslovnom okruženju Europske unije. C2: Razviti razumijevanje strategija digitalnog i zelenog marketinga te analize tržišta unutar EU. C3: Osposobiti studente za primjenu inovativnih marketinških alata i strategija s naglaskom na trendove u EU regulativi i održivom poslovanju. C4: Razviti sposobnost kritičke analize uspješnih marketinških kampanja te prepoznati mogućnosti primjene inovacija u marketinškim aktivnostima.					
Ishodi učenja	1. Definirati ključne pojmove inovativnog marketinga i njegove specifičnosti u EU kontekstu. 2. Analizirati tržišne trendove i regulativne okvire EU koji utječu na marketinške strategije. 3. Primijeniti strategije digitalnog, zelenog i društveno odgovornog marketinga. 4. Ispitati uspješne marketinške inovacije i predložiti konkretna rješenja za unapređenje marketinških strategija. 5. Kreirati marketinšku strategiju usklađenu s principima EU održivosti i digitalizacije. 6. Sintetiziranje: Predložiti rješenje/a istraženog problema i poslovnih odluka za provedbu tih rješenja. 7. Evaluirati utjecaj inovativnih marketinških strategija na konkurentnost poduzeća unutar EU tržišta. 8. Razviti sposobnost kritičkog razmišljanja i donošenja strateških odluka u području inovativnog marketinga u EU okruženju.					
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 - Redoviti studenti obavezni su prisustvovati na barem 70% od ukupnog fonda sati kolegija. - Izvanredni studenti obavezni su prisustvovati na barem 50% od ukupnog fonda sati kolegija. - Svi studenti dužni su: usmeno izložiti rezultate istraživanja na temelju izrađene prezentacije ili postera.					
Sadržaj predmeta						
Nastavna cjelina		Oblici nastave (sati)				
		Predavanja	Seminari	Vježbe	E-učenje	
Obvezna literatura	1. Kotler, P., Kartajaya, H., Setiawan, I. (2021). Marketing 5.0: Technology for Humanity. Wiley. 2. Chaffey, D., Ellis-Chadwick, F. (2022). Digital Marketing. Pearson.					
Dopunska literatura	1. Ryan, D. (2020). Understanding Digital Marketing. Kogan Page. 2. Kapferer, J. N. (2023). The New Strategic Brand Management. Kogan Page.					
Način provjere ishoda učenja	Način provjere ishoda učenja se provodi kroz kontinuiranu provjeru znanja, analize slučaja, te pismeni ispit					
Završni / Diplomski rad	Da					