

KLASA: 007-01/24-03/02  
URBROJ: 2170-137-01-24-16  
Rijeka, 23. siječnja 2024.

Na temelju članka 34. Statuta Sveučilišta u Rijeci (KLASA: 030-01/23-01/05, URBROJ: 2170-137-01-23-2 od 2. listopada 2023. godine), članka 25. Pravilnika o cjeloživotnom obrazovanju Sveučilišta u Rijeci (KLASA: 030-01/22-01/11, URBROJ: 2170-57-01-22-1 od 7. studenoga 2022. godine), te Zaključka Povjerenstva za cjeloživotno obrazovanje (KLASA: 644-07/24-01/03, URBROJ: 2170-137-12-24-2 od 15. siječnja 2024. godine) Senat Sveučilišta u Rijeci na svojoj 91. sjednici održanoj dana 23. siječnja 2024. donosi sljedeću

#### ODLUKU

**o usvajanju programa cjeloživotnog obrazovanja – mikrokvalifikacija pod nazivom „Marketinška komunikacija u digitalnom okruženju“, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu**

##### I.

Senat donosi Odluku o usvajanju programa cjeloživotnog obrazovanja - mikrokvalifikacija pod nazivom „Marketinška komunikacija u digitalnom okruženju“. Nositelj programa je Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.

##### II.

Program cjeloživotnog obrazovanja pod nazivom „Marketinška komunikacija u digitalnom okruženju“ je program stjecanja znanja, vještina i kompetencija u okviru akreditiranog studijskog programa. Završetkom programa stječe se 15 ECTS bodova.

##### III.

Program cjeloživotnog obrazovanja iz točke I. ove Odluke, čini sastavni dio ove Odluke.

##### IV.

Ova Odluka stupa na snagu danom donošenja.

REKTORICA  
Prof. dr. sc. Snježana Prijić-Samaržija



#### DOSTAVITI:

1. Fakultetu za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu,
2. Povjerenstvu za cjeloživotno obrazovanje Sveučilišta u Rijeci,
3. Centru za studije i cjeloživotno obrazovanje,
4. Pismohrani, ovdje.

## I. OBRAZAC ZA OPIS PROGRAMA CJELOŽIVOTNOG OBRAZOVANJA

### Programi stjecanja znanja, vještina i kompetencija u okviru akreditiranog studijskog programa

NAPOMENA: Neka polja u obrascima su označena simbolima <sup>a, b, c, d, e</sup>. Ta polja nisu obavezna za sve programe. Potrebno ih je ispuniti jedino ako se prijavljuje odgovarajući program prema polju *Vrsta programa* u Obrascu I – dio *Opće informacije*.

Polja koja nisu posebno označena su obavezna za sve.

OPĆE INFORMACIJE	
Naziv programa	Marketinška komunikacija u digitalnom okruženju
Nositelj programa	Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu
Izvoditelj programa	Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu
Vrsta programa	a) Razlikovni programi u postupku stjecanja akademskog naziva <b>b) Programi stjecanja znanja, vještina i kompetencija u okviru akreditiranog studijskog programa</b> c) Programi usavršavanja s ECTS bodovima d) Programi usavršavanja bez ECTS bodova e) Programi ovlaštenih tijela

#### 1. OPĆI DIO

##### 1.1. Naziv programa cjeloživotnog obrazovanja

Marketinška komunikacija u digitalnom okruženju

##### 1.1.1. Vrsta programa

- a) Razlikovni programi u postupku stjecanja akademskog naziva  
**b) Programi stjecanja znanja, vještina i kompetencija u okviru akreditiranog studijskog programa**  
 c) Programi usavršavanja s ECTS bodovima  
 d) Programi usavršavanja bez ECTS bodova  
 e) Programi ovlaštenih tijela

##### 1.1.2. Razina studijskog programa (ako je primjenjivo) <sup>a, b</sup>

Program cjeloživotnog obrazovanja

##### 1.1.3. Područje programa (znanstveno/umjetničko)-navesti naziv <sup>a, b, c</sup>

Područje društvenih znanosti

##### 1.2. Nositelj/i programa

Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu

##### 1.3. Izvoditelj/i programa

doc.dr.sc. Ana Čuić Tanković, izv.prof.dr.sc. Marina Perišić Prodan, doc.dr.sc. Tomislav Car

#### 1.4. Trajanje programa

Program se izvodi u jednom ciklusu s predviđenim fondom sati koji je iskazan u Tablici 1

1.4.1. ECTS bodovi – minimalni broj bodova potrebnih da bi polaznik završio program <sup>a, b, c</sup>

Minimalni broj potrebnih bodova za završetak programa i stjecanje mikrokvalifikacije je 15 ECTS bodova

#### 1.5. Uvjeti upisa na program

Uvjet upisa je završen prijediplomski sveučilišni i/ili stručni studij

## 2. OPIS PROGRAMA

### 2.1. Struktura programa, ritam pohađanja i obveze polaznika

Marketinška komunikacija u digitalnom okruženju posljednjih godina postaje sve složenija i dinamičnija. Uz brzu ekspanziju tehnologije, interneta i platformi društvenih medija, postalo je veoma bitno imati snažnu online prisutnost i učinkovitu strategiju digitalne marketinške komunikacije. Ova mikrokvalifikacija pruža dubinsko razumijevanje načela i praksi marketinških komunikacija u digitalnom svijetu tako da nudi znanja, vještine i alate polaznicima za razvoj marketinških komunikacijskih strategija.

Program Marketinška komunikacija u digitalnom okruženju nosi 15 ECTS bodova. Program je podijeljen u tri glavna dijela, gdje polaznici pohađaju nastavu u trajanju od 150 sati. Prvi dio obuhvaća obvezni kolegij sveučilišnog diplomskog studija Marketing u turizmu, Integrirana marketinška komunikacija (6 ECTS bodova), koji donosi temelje za osmišljavanje i provođenje cjelovite integrirane marketinške komunikacije, pokriva uloge, oblike, procese i ciljeve marketinške komunikacije, oblikovanje promocijskog plana te upravljanje marketinškim komunikacijskim miksom, upravljanje odnosima s potrošačima te društvene i etičke odrednice komunikacije.

Drugi dio uključuje obvezni kolegij sveučilišnog diplomskog studija Marketing u turizmu, Digitalni marketing (6 ECTS bodova), koji razmatra specifičnosti upravljanja marketinške komunikacije u digitalnom okruženju, uključujući inbound marketing i digitalno oglašavanje, SEM, SEO, mobilni i e-mail marketing, AR i VR, gamifikacija, storytelling, ekonomija dijeljenja i platforme. Ovaj dio pruža pravne i etičke aspekte digitalnog i mobilnog oglašavanja.

Treći dio je izborni kolegij sveučilišnog diplomskog studija Društvene mreže i influencer marketing (3 ECTSa), koji podučava učinkovito plasiranje brenda, proizvoda i usluga koristeći različite platforme društvenih medija (Facebook, Instagram, TikTok, YouTube, Pinterest, Twitter, LinkedIn, blog i ostale). Time se raspoznaju karakteristike, prednosti i nedostaci svake platforme te načini adekvatnog korištenja, oblikovanje i mjerenje kampanja na društvenim mrežama.

Polaznici koji imaju prethodno položeni obvezne kolegije Integrirana marketinška komunikacija i Digitalni marketing te žele upisati i položiti izborni kolegiji Društvene mreže i influencer marketing za stjecanje programa cjeloživotnog učenja, moraju dostaviti prijepis ocjena i na temelju syllabusa položenih kolegija moći će upisati i položiti zasebno samo kolegij Društvene mreže i influencer marketing da bi zaključili program.

Ovim programom pruža se sveobuhvatno znanje upravljanja marketinške komunikacije na digitalnim kanalima te odgovara na izazove oblikovanja integrirane marketinške komunikacije u digitalnom okruženju. Nakon izvršenih obveza predviđeni za svaki kolegij, polaznici polažu završni ispit u okviru 3 ispitna roka.

2.2. Popis predmeta i/ili modula (ukoliko postoje) s brojem sati aktivne nastave potrebnih za njihovu izvedbu (i brojem ECTS – bodova za vrste programa a, b, ili c) (prilog: Tablica 1)

Prilog: Tablica 1.

2.3. Popis predmeta i/ili modula koji se mogu izvoditi na stranom jeziku (navesti koji jezik)

-

#### 2.4. Način izvođenja programa<sup>1</sup> (moguće je predvidjeti više načina izvođenja programa)

- ☐ neposredna nastava  
☐ nastava na daljinu (a) sinkrona, b) asinkrona)<sup>2</sup>  
☒ hibridna nastava

##### 2.4.1. Obrazložiti svrhu izvođenja programa/modula online ili hibridno

**Dio izvođenja programa, 45% predavanja i seminarske nastave, zbog dostupnosti gostujućih predavača i vanjskih suradnika iz struke te zbog stjecanja specifičnih znanja i vještina u digitalnom okruženju, održat će se u online obliku. Neposredna nastava održat će se u 55% fonda sati.**

##### 2.4.2. Obrazložiti postojanje uvjeta za izvođenje programa nastavom na daljinu ili hibridno (dostupnost sustava za učenje na daljinu, infrastrukture i dr.)

**Za potrebe izvođenja programa cjeloživotnog obrazovanja s obzirom na hibridni oblik koristit će se dvorane s kapacitetima i opremom navedenu u dokumentu točka II oprema i kadrovi. Za online oblik koristit će se aplikacija Microsoft Teams u svojstvu virtualne učionice i aplikacija za učenje na daljinu i praćenje uspjeha Merlin.**

#### 2.5. Jezik izvedbe

- ☒ hrvatski jezik  
☐ engleski jezik  
☐ drugo: \_\_\_\_\_

#### 2.6. Način završetka programa

**Program završava nakon uspješnog položenog ispita koji će sadržati pitanja iz 3 modula, nakon čega se stječe potvrda koju izdaje Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Sveučilište u Rijeci. Polaznicima će biti omogućeno polaganje ispita na Fakultetu ili preko Teamsa.**

<sup>1</sup> Ukoliko je odobreno više načina izvođenja obrazložiti za svaki.

<sup>2</sup> Nastava na daljinu odnosi se na način izvedbe programa, ali ne i na način provjere znanja koji može biti predviđen kroz neki od sustava za nastavu na daljinu ili provjerom znanja (ispitom) u neposrednom kontaktu.

Tablica 1.

2.1. Popis predmeta i/ili modula (ukoliko postoje) s brojem sati aktivne nastave potrebnih za njihovu izvedbu i brojem ECTS bodova

POPIS MODULA / PREDMETA						
Semestar <sup>a</sup> :						
MODUL	PREDMET	NOSITELJ	P	V	S	ECTS <sup>a, b, c</sup>
MARKETINŠKA KOMUNIKACIJA U DIGITALNOM OKRUŽENJU	Integrirana marketinška komunikacija	doc. dr. sc. Ana Čuić Tanković	30		30	6
	Digitalni marketing	izv. prof. dr. sc. Marina Perišić Prodan	30		30	6
	Društvene mreže i influencer marketing	doc. dr. sc. Ana Čuić Tanković izv. prof. dr. sc. Marina Perišić Prodan doc. dr. sc. Tomislav Car	15		15	3
<b>Ukupno</b>			<b>75</b>		<b>75</b>	<b>15</b>