

## PREDDIPLOMSKI STRUČNI STUDIJ MARKETINGA I KOMUNIKACIJA

### CILJEVI KOLEGIJA I ISHODI UČENJA

#### Osnove ekonomije

##### Ciljevi kolegija

Studenti će svladavajući gradivo ovog predmeta ovladati osnovnim pojmovima ekonomije koji čine gospodarsku aktivnost kako na razini najmanjeg gospodarskog subjekta, tako i na globalnoj razini. Te pojmove i procese će proučavati na razini kućanstva i poduzeća (mikroekonomija), države (makroekonomija) i kroz ekonomske odnose među stanovnicima različitih država. Time će steći sposobnost analiziranja cjelokupnih ekonomskih procesa te primjenu stečenih znanja na druga stručna područja. Usvojena znanja ekonomije pružaju osnovu za izučavanje niza kolegija s područja poslovne ekonomije odnosno ekonomije poduzeća i povezanih disciplina.

##### Ishodi učenja

Uspješnim svladavanjem kolegija studenti će moći:

1. Pravilno definirati temeljne ekonomske pojmove koje izučava ekonomska znanost, područja makroekonomije i mikroekonomije, koncept modernog tržišnog gospodarstva i ulogu države
2. Objasniti zakon ponude i potražnje, automatski mehanizam uravnoteženja ponude i potražnje te objasniti koncept elastičnosti.
3. Identificirati vrste troškova i njihov utjecaj na rezultat poduzeća.
4. Grafički analizirati kretanje najvažnijih mikroekonomskih kategorija.
5. Objasniti makroekonomske ciljeve gospodarstva neke zemlje, način mjerenja gospodarske aktivnosti te sastavnice domaćeg proizvoda, potrošnju i investicije.
6. Protumačiti ulogu fiskalne, monetarne politike i središnje banke.

#### Osnove menadžmenta

##### Ciljevi kolegija

Cilj je kolegija omogućiti studentima razumijevanje menadžerskih koncepata te kompleksne uloge i zadataka menadžmenta u suvremenim organizacijama s obzirom da predmet pruža sažet pregled središnjih tema s kojima se suočavaju menadžeri današnjice. Jednako tako, ciljevi kolegija odnose se na stjecanje znanja o osnovnim menadžerskim funkcijama, metodama i načinima rada te njihovoj primjeni u rješavanju problema menadžmenta i poslovanja u kompleksnim uvjetima. U sklopu kolegija pozornost će se posvetiti i ovladavanju i razvoju vlastitog potencijala i kompetencija za analizu menadžmenta i obavljanje menadžerskih poslova na različitim organizacijskim razinama i u različitim organizacijama.

##### Ishodi učenja

Uspješnim svladavanjem kolegija studenti će moći:

1. Pravilno definirati temeljne pojmove menadžmenta menadžerske funkcije.
2. Usporediti i razlikovati pristupe i teorije menadžmenta, razine te okolinu menadžmenta
3. Analizirati izazove modernog menadžmenta povezane sa temama raznolikosti, etike, društvene odgovornosti, svjetskom poslovnom scenom i informacijskom tehnologijom.

## Komunikologija

### Ciljevi kolegija

Cilj je kolegija upoznati studente s osnovama komunikologije i javnoga komuniciranja, vrstama komunikacije (verbalna, neverbalna), naučiti ih kako uspješno koristiti pojedine oblike komunikacije u svakodnevnome životu, ali i u javnim nastupima. Predavanja pružaju studentima uvid u osnove komunikologije i komunikacije, od njenih početaka i razvoja do različitih oblika komuniciranja (interpersonalna, intrapersonalna komunikacija, verbalna, neverbalna komunikacija) s naglaskom na vrste komunikacije u različitim poljima djelovanja i ostalih znanstvenih disciplina. Analiza povezanosti komunikologije s lingvistikom, psihologijom, sociologijom, antropologijom (interdisciplinarnost ili multidisciplinarnost) te njihovom međudjelovanju u svakodnevnome životu. Studenti će kroz seminarske radove i izlaganja detaljnije proučavati različite vrste komunikacije među subjektima u društvu, ali i komuniciranje putem različitih vrsta medija (analiza prednosti i nedostataka pojedinoga medija).

### Ishodi učenja

Uspješnim svladavanjem kolegija studenti će moći:

1. definirati i opisati osnovne komunikološke pojmove,
2. prepoznati pojedine oblike komunikacije,
3. argumentirati interdisciplinarni karakter komunikologije kao znanosti,
4. analizirati učinke komunikacije na različita područja ljudskoga djelovanja (odnosi s prijateljima, rodbinom, znancima, s poslovnim partnerima...),
5. definirati i opisati različite strategije persuazije te analizirati njihovu učinkovitost,
6. analizirati djelovanje interpersonalne komunikacije u različitim kontekstima.

## Medijska komunikacija

### Ciljevi kolegija

Cilj je kolegija upoznati studente s glavnim konceptima vezanim uz medijsku komunikaciju, temeljnim pojmovima, strukturom i funkcijom suvremenog medijskog sustava te osnovnim postavkama masovnih medija (radio, televizija, tisak, internet), medijskim sadržajima (nasilje, reklama, medijski stereotipi), medijskim navikama (što i koliko gledamo i zašto), medijskim utjecajima (štetnosti nekih sadržaja, npr. nasilje i reklama); društvenoj ulozi i odgovornosti masovnih medija, promjeni masovne komunikacije pod utjecajem novih tehnologija; osposobljavanje za dublje razumijevanje specifičnih pojmova i termina iz novinarstva kao teorije i prakse.

### Ishodi učenja

Uspješnim svladavanjem kolegija studenti će moći:

1. definirati i opisati osnovne novinarske pojmove
2. analizirati i vrednovati fenomene medijsko-komunikacijskog društva
3. kritički promišljati ulogu i značaj produkata kulturno-medijske industrije
4. analizirati nove medijske trendove kao što su komercijalizacija, industrijalizacija i globalizacija medija
5. osposobiti se za samostalan rad u medijskim kućama.

## Osnove marketinga

### Ciljevi kolegija

Cilj je kolegija je studente postupno upoznati s osnovnim principima marketinga, ukazati na mogućnosti i ograničenja s kojima će se suočavati u marketinškim aktivnostima i osposobiti za teoretsko poznavanje i praktičnu primjenu marketinga.

### Ishodi učenja

Uspješnim svladavanjem kolegija studenti će moći:

1. definirati temeljne marketinške pojmove i koncepte
2. objasniti uloge marketinga u društvu i u organizacijama
3. protumačiti marketinška znanja i tehnike za rješavanje konkretnih marketinških problema
4. osmisliti kako primijeniti filozofiju marketing razmišljanja u svojoj okolini.

## Metodologija pisanja seminara i završnog rada

### Ciljevi kolegija

Cilj je kolegija upoznati studente s osnovama metodologije izrade znanstvenoga i stručnoga rada, osposobiti ih za korištenje različitih istraživačkih metoda u svrhu odabira i implementacije pojedine od njih prilikom izrade završnoga rada. Osim toga, studenti će se upoznati s različitim citatnim stilovima i njihovom primjenom, što je neophodno za izradu kvalitetnoga znanstvenoga i stručnoga rada.

### Ishodi učenja

Uspješnim svladavanjem kolegija studenti će moći:

1. razlikovati znanstveno istraživanje od stručnoga istraživanja,
2. upotrijebiti različite izvore u prikupljanju podataka (arhive, knjižnice, baze podataka, online izvore),
3. razlikovati dva osnovna citatna stila (europski/oxfordski i američki/harvardski),
4. kreirati nacrt istraživanja,
5. primijeniti različite metode prikupljanja podataka u istraživanjima (kvalitativne i kvantitativne),
6. protumačiti i interpretirati dobivene rezultate.

## Poslovno računovodstvo

### Ciljevi kolegija

Cilj je kolegija upoznavanje studenata s osnovnim elementima računovodstva, upoznavanje procesa i smisla shvaćanje uloge i korištenje podataka.

### Ishodi učenja

Uspješnim svladavanjem kolegija studenti će moći:

1. navesti osnovne računovodstvene pojmove
2. identificirati računovodstvene procese
3. primijeniti računovodstvenu logiku
4. interpretirati računovodstvene dokumente.

## Osnove poduzetništva

### Ciljevi kolegija

Cilj kolegija je poticanje kreativnog poslovnog promišljanja i osposobljavanja studenata za donošenje konkretnih, tržišno utemeljenih i profitno izglednih poslovnih (poduzetničkih) odluka.

### Ishodi učenja

Uspješnim svladavanjem kolegija studenti će moći:

1. Kreirati vlastiti poslovni plan
2. Objasniti temeljne teorijske pojmove iz područja poduzetništva

3. Primijeniti znanje na razini dostatnoj za samostalnu i korektnu elaboraciju svih aspekata planiranja, pokretanja, financiranja, organiziranja, vođenja, razvijanja i kontroliranja neke stvarne ili pak hipotetske poduzetničke ideje, do razine njezine tržišne eksploatacije
4. Dizajnirati vlastite poslovne planove i samozapošljavanje.
5. Izračunati otplatu kredita, proračun amortizacije
6. Analizirati bilancu i račun dobiti i gubitka
7. Upotrijebiti financijske pokazatelje za izračunati omjere iz profitabilnosti, likvidnosti i solventnosti u svrhu analize poslovanja i isplativosti investicije.

## Poslovni engleski 1, napredni stupanj

### Ciljevi kolegija

Cilj je kolegija razvijati tri osnovne komponente:

1. poslovno-komunikacijske vještine, usmene i pismene s naglaskom na vještine prezentacije, vođenja poslovnih razgovora i razgovora u širem društvenom kontekstu, odnosno vještine različitih oblika formalnog poslovnog dopisivanja;
2. jezik struke, poslovnu terminologiju s naglaskom na marketing i komunikacije;
3. opći engleski jezik s naglaskom na kulturnu raznolikost određenu jezikom, izražavanje pristojnosti i stil, emfatički govor, povezanost glagolskih vremena i značenja.

### Ishodi učenja

Uspješnim svladavanjem kolegija studenti će moći:

1. točno, efikasno i pristojno koristiti poslovni engleski jezik u komunikaciji, usmenoj i pismenoj, na razini B2-C1, prema Zajedničkom europskom referentnom okviru za jezike;
2. izvoditi prezentaciju na engleskom jeziku;
3. upotrijebiti poslovnu terminologiju s naglaskom na marketing i komunikacije;
4. točno, efikasno i pristojno koristiti opći engleski jezik u komunikaciji, pismenoj i usmenoj, s naglaskom na kulturnu raznolikost određenu jezikom, povezanost glagolskih vremena i značenja, te na adekvatnu upotrebu formalnog i neformalnog stila.

## Poslovni engleski 1, početni stupanj

### Ciljevi kolegija

Cilj je kolegija razvijati tri osnovne komponente:

1. znanja i vještine općeg engleskog jezika;
2. osnove usmene i pismene poslovne komunikacije s naglaskom na kulturnu raznolikost koju determinira jezik;
3. poslovnu terminologiju.

### Ishodi učenja

Uspješnim svladavanjem kolegija studenti će moći:

1. točno, efikasno i pristojno koristiti opći engleski jezik u komunikaciji, usmenoj i pismenoj, na razini A1-A2 prema Zajedničkom europskom referentnom okviru;
2. točno, efikasno i pristojno koristiti poslovni engleski jezik u komunikaciji, usmenoj i pismenoj, na razini A1-A2 prema Zajedničkom europskom referentnom okviru, s naglaskom na vještine prezentiranja tvrtke i/ili poslovnih projekata, vođenje razgovora s poslovnim partnerom ili klijentom u različitom poslovnom kontekstu, telefoniranje, pisanje životopisa, poslovnih dopisa i mailova;

3. upotrijebiti osnovnu poslovnu terminologiju.

## Osnove jezične pismenosti

### Ciljevi kolegija

Cilj je kolegija upoznati studente s osnovama pravopisne i gramatičke norme hrvatskoga standardnoga jezika, osvijestiti njegovu javnu uporabu uz ovladavanje glavnih obilježja temeljnih jezičnih razina: fonološke, morfološke, sintaktičke i djelomično leksikološke.

### Ishodi učenja

Uspješnim svladavanjem kolegija studenti će moći:

1. Definirati značajke jezičnoga standarda.
2. Razlikovati normativne razine hrvatskoga jezika.
3. Prepoznati gramatički ustroj rečenice.
4. Definirati razlike između funkcionalnih stilova hrvatskoga standardnoga jezika.

## Organizacija poduzeća

### Ciljevi kolegija

Cilj je kolegija upoznavanje studenta s osnovnim pojmovima iz organizacijske teorije, kao i sa suvremenim trendovima u organizaciji, polazeći od čimbenika koji utječu na oblikovanje organizacije. Kako je organizacija dinamična i u stalnom kretanju, određena pažnja posvećuje se i promjenama kao i razvoju organizacije koja uči. Znanje koje će student steći na ovom kolegiju mogu se univerzalno koristiti za organizaciju bilo kojeg poduzeća, banke, ustanove profitnog ili neprofitnog sektora.

### Ishodi učenja

Uspješnim svladavanjem kolegija studenti će moći:

1. stvoriti svoje kognitivne, kritičke, znanstvene spoznaje te ih upotrijebiti kao komparativne prednosti prilikom zapošljavanja.
2. preispitati znanje, formiranje novih pogleda na organizaciju i poduzeće kao poslovni subjekt
3. aktualizirati i iskoristiti nove ideje.

## Odnosi s javnošću

### Ciljevi kolegija

Cilj kolegija je upoznati studente kako uspostaviti i održavati odnose na svim razinama društvenih sustava. Naučiti ih sve o području odnosa s javnošću: kako definirati temeljne pojmove te kako se praksa odvija u različitim kontekstima.

Dati im informacije o modelima koji će im pomoći u razumijevanju pojmova u praksi kao i uvesti ih u probleme suvremenih odnosa s javnošću.

Objasniti studentima kako odnosi s javnošću pomažu da se unaprijede organizacije i društvo u cjelini. Naučiti ih kako razlikovati odnose s javnošću i marketinške funkcije u organizacijama te kako razlikovati srodne pojmove. Naučiti ih kako koristiti sve dobre preduvjete uspjeha u odnosima s javnošću kao preduvjet ulaska u struku i uspjeha u njoj.

### Ishodi učenja

Uspješnim svladavanjem kolegija studenti će moći:

1. Definirati i razlikovati srodne pojmove: publicitet, oglašavanje, tiskovna agentura, lobiranje, promidžba.
2. Definirati komunikaciju sa zaposlenicima kao dio funkcije odnosa s javnošću.
3. Definirati odnos između djelatnika za odnose s javnošću i novinara.
4. Opisati primjere katastrofa i kriza u odnosim s javnošću.
5. Opisati na koje sve načine djelatnici za odnose s javnošću podržavaju marketinšku funkciju.

## Promocija

### Ciljevi kolegija

Cilj je kolegija osposobiti studente za uspješno ovladavanje znanjima o specifičnim aktivnostima, sredstvima i medijima nužnim za uspješno i učinkovito promoviranje proizvoda, usluga i ideja, te kreiranje koncepta integrirane marketinške komunikacije, te ih upoznati s karakteristikama pojedinih medija i potrebama prilagodbe poruka kako ciljnim skupinama, tako i medijskim kanalima.

### Ishodi učenja

Od studenta se nakon uspješno savladanog kolegija očekuje sposobnost:

1. izrade projektnih zadataka (briefa) za realizaciju različitih promotivnih kampanja,
2. planiranje promotivnih aktivnosti (promotivni miks/IMK)
3. postavljanja kreativne koncepcije promotivne kampanje,
4. odabira medija za određenu ciljnu skupinu
5. proračuna medijskog budžeta.

## Poslovna i komunikacijska etika

### Ciljevi kolegija

Cilj je kolegija omogućiti studentima uvid u poslovnu etiku, etiku odnosa s javnošću i novinarsku etiku interdisciplinarnim pristupom etike kao filozofske discipline, ekonomske politike, poslovne prakse, profesije odnosa s javnošću i medija. Studenti će se suočiti s pitanjima pravednog i prirodnog poslovanja, prepoznavanjem neetičnog ponašanja u poslovanju te realizacijom i usklađenjem djelovanja poslovne organizacije i to s obzirom na interese kako vlasnika tako i ostalih dionika (zaposlenika, klijenta itd.). Pitanja poput zajedničkog dobra, socijalnih principa, moralnog poslovanja, društvene odgovornosti te postavljanja, primjene i kršenja etičkih kodeksa organizacija ključne su teme ovog kolegija. U drugom dijelu kolegija studenti će se upoznati s etičkim normama poslovanja poput profesionalnih vrijednosti, stručnosti, integriteta, zagovaranja, nezavisnosti, odanosti i pravičnosti. Studenti će biti upoznati s važećim međunarodnim i nacionalnim etičkim kodeksima profesija.

### Ishodi učenja

Uspješnim svladavanjem kolegija studenti će moći:

1. Definirati ciljeve i temeljna pitanja poslovne etike.
2. Objasniti prava i etičke kodekse organizacija.
3. Opisati postulate moralnog poslovanja i društvene odgovornosti.
4. Razviti i analizirati poslovni plan (koncept) događaja.
5. Definirati ciljeve i zadaće etičkih normi u poslovanju.

## Suvremena poslovna komunikacija

## Ciljevi kolegija

Cilj je kolegija osvijestiti studente o važnosti usmene i pismene kulture, jezika, izražavanja, verbalnog i neverbalnog načina odašiljanja poruka, te ih potaknuti na razmišljanje o osobnom nastupu i izgledu, kako bi im se pomoglo da razumiju složenost uvjeta poslovnog svijeta, kao i dobivanje kompetencija u pisanju poslovnih dopisa, predstavljanja i pregovaranja.

## Ishodi učenja

Uspješnim svladavanjem kolegija studenti će moći:

1. protumačiti specifičnosti poslovne komunikacije u interkulturalnom okruženju,
2. planirati i voditi poslovni sastanak,
3. objasniti specifičnosti administrativnog funkcionalnog stila važnog za poslovnu korespondenciju,
4. prepoznati i učinkovito koristiti različite tipove poslovnih poruka,
5. upotrijebiti tehnike predstavljanja i pregovaranja,
6. kreirati životopis u različitim formatima.

## Uvod u međunarodne odnose

### Ciljevi kolegija

Cilj je kolegija upoznati studente s osnovnim pojmovima vezanim uz međunarodne političke, gospodarske i sigurnosne odnose, osnovne značajke, političke institucije i pojedine politike UN, Europske unije i NATO saveza, kao i procese koji se odvijaju na globalnoj i različitim regionalnim razinama i koje utječu na RH ali i na održivost globalnog političko-gospodarsko-sigurnosnoga sustava.

Studenti će se upoznati sa subjektima međunarodnih odnosa te naučiti prepoznavati i definirati sadržaje međunarodnih političkih, gospodarskih i sigurnosnih odnosa, njihove najvažnije čimbenike, te temeljne značajke i utjecaje procesa globalizacije.

Osim toga, studenti će nakon odslušanog kolegija moći opisati i definirati temeljne globalne izazove i probleme, njihove regionalne reminiscencije kao i faktore koji utječu na održivost globalnog sustava. Studenti će moći samostalno i kritički uočavati i prepoznavati (analiziranjem i sintetiziranjem) procese obuhvaćene nazivom međunarodni odnosi, shvaćati ih, komunicirati ih te vjerodostojno tumačiti.

## Ishodi učenja

Uspješnim svladavanjem kolegija studenti će moći/znati:

1. Objasniti problematiku međunarodnih odnosa sagledavanjem bitnih procesa i događaja koji adresiraju ključne pojmove iz međunarodnih političkih, gospodarskih i sigurnosnih odnosa;
2. Objasniti složenosti suvremenih međunarodnih odnosa;
3. Opisati i definirati najvažnije aktere diplomatskih odnosa;
4. Upotrijebiti osnovne pojmove vezane uz diplomaciju i diplomatske odnose i posebice gospodarsku diplomaciju;
5. Opisati i definirati temeljne značajke i utjecaje procesa globalizacije;
6. Prepoznati, analizirati, procijeniti i objasniti različite silnice međunarodnih odnosa na području Jugoistočne Europe u posljednjih nekoliko desetljeća;
7. Identificirati i prakticirati znanja vezana uz političke institucije Europske unije i NATO saveza.

## Poslovni engleski 2, napredni stupanj

### Ciljevi kolegija

Cilj je kolegija razvijati tri osnovne komponente:

1. poslovno-komunikacijske vještine, usmene i pismene s naglaskom na vještine pregovaranja i vještine vođenja i aktivnog sudjelovanja na sastancima, vještine vođenja poslovnih razgovora i razgovora u širem društvenom kontekstu, odnosno vještine različitih oblika formalnog poslovnog dopisivanja;
2. jezik struke, poslovnu terminologiju s naglaskom na marketing i komunikacije;
3. opći engleski jezik s naglaskom na kulturnu raznolikost određenu jezikom, izražavanje pristojnosti i stil, emfatički govor, povezanost gramatičkih oblika i značenja.

## Ishodi učenja

Uspješnim svladavanjem kolegija studenti će moći:

1. točno, efikasno i pristojno koristiti poslovni engleski jezik u komunikaciji, usmenoj i pismenoj, na razini B2-C1, prema Zajedničkom europskom referentnom okviru za jezike;
2. primijeniti jezično-komunikacijske vještine specifične za engleski jezik u poslovnom pregovaranju i vođenju poslovnih sastanaka, te aktivnom sudjelovanju na njima;
3. koristiti poslovnu terminologiju s naglaskom na marketing i komunikacije;
4. točno, efikasno i pristojno koristiti opći engleski jezik u komunikaciji, usmenoj i pismenoj, s naglaskom na povezanost gramatičkih oblika i značenja, te na adekvatnu upotrebu formalnog i neformalnog stila.

## Poslovni engleski 2, početni stupanj

### Ciljevi kolegija

Cilj kolegija je razvijati tri osnovne komponente:

1. znanja i vještine općeg engleskog jezika;
2. osnove usmene i pismene poslovne komunikacije s naglaskom na kulturnu raznolikost koju determinira jezik;
3. poslovnu terminologiju.

### Ishodi učenja

Uspješnim svladavanjem kolegija studenti će moći:

1. točno, efikasno i pristojno koristiti opći engleski jezik u komunikaciji, usmenoj i pismenoj, na razini A1-A2, prema Zajedničkom europskom referentnom okviru;
2. točno, efikasno i pristojno koristiti poslovni engleski jezik u komunikaciji, usmenoj i pismenoj, na razini A1-A2 prema Zajedničkom europskom referentnom okviru, s naglaskom na vještine prezentiranja tvrtke i/ili poslovnih projekata, vođenje razgovora s poslovnim partnerom ili klijentom u različitom poslovnom kontekstu, telefoniranje, pisanje poslovnih dopisa i mailova;
3. koristiti osnovnu poslovnu terminologiju.

## Izravni marketing

### Ciljevi kolegija

Cilj je kolegija upoznati studente s izravnim marketingom čije je osnovno obilježje neposredna interaktivna komunikacija (između ponuđača proizvoda/usluga i kupca) koja je postala *conditio sine qua non* uspjeha gospodarskog subjekta koji se u najvećoj mjeri želi približiti potrošaču i zadovoljiti njegove potrebe i želje.

### Ishodi učenja

Studenti će nakon odslušanog kolegija moći:

1. aktivno pronalaziti koncepte neposredne interaktivne komunikacije (između ponuđača proizvoda/usluga i kupca)
2. učinkovito koristiti nove interaktivne medije i suvremene tehnologije



3. sastaviti ponude unutar različitih oblika direktnog marketinga: email marketinga, telemarketinga, osobnog marketinga, prodajnih pisama, društvenih mreža
4. kreirati i vrednovati kampanje direktnog marketinga.

## Krizno komuniciranje

### Ciljevi kolegija

Cilj je kolegija upoznavanje studenata s teorijskim konceptom organizacijske (korporativne) krize, karakteristikama, uzrocima i vrstama kriza, temeljnim odrednicama kriznog upravljanja, kriznog komuniciranja, kriznim odnosima s medijima i ostalim aktivnostima koje se provode u tri faze krize, kao i njihovoj konkretnoj primjeni u praktičnom djelovanju organizacije.

### Ishodi učenja

Uspješnim svladavanjem nastavnog plana i programa kolegija studenti će moći:

1. Prepoznati i objasniti konkretan krizni događaj, karakteristike, uzroke i pojavnu vrstu krize te njezin utjecaj na poslovanje i ugled organizacije;
2. Objasniti glavne karakteristike i važnost upravljanja kriznim situacijama;
3. Nabrojati i objasniti aktivnosti upravljanja krizama unutar tri temeljne faze krize;
4. Objasniti specifičnosti komuniciranja prije, tijekom i nakon krize;
5. Primijeniti temeljne mjere prevencije krize;
6. Osmisliti komunikacijsku pripremu organizacije za krizu, uključujući izradu dijela kriznog plana koji se tiče komuniciranja;
7. Primijeniti najbolja iskustva u funkcioniranju kriznog tima organizacije;
8. Identificirati ključne javnosti i dionike krize te pripadajuće komunikacijske smjernice za svaku od njih;
9. Objasniti proces odabira inicijalnog i strateškog komunikacijskog odgovora na krizu;
10. Primijeniti provjerene prakse pristupa i odnosa s tradicionalnim i društvenim medijima u kriznom komuniciranju;
11. Nabrojiti i primijeniti temeljne sposobnosti kriznog komunikacijskog menadžera.

## Odnosi s medijima

### Ciljevi kolegija

Cilj je kolegija je upoznati studente s osnovama, tehnikama i instrumentima odnosa s medijima, razumijevanje funkcioniranja masovnih medija i procesa odnosa s medijima, korištenja instrumenata u odnosima s medijima te vještinama davanja izjave za medije.

### Ishodi učenja

Uspješnim svladavanjem kolegija studenti će moći:

1. definirati i opisati osnovne pojmove odnosa s medijima
2. opisati ulogu i odgovornost glasnogovornika
3. prepoznati važnost uspješnog planiranja i organiziranja susreta s medijima
4. upotrijebiti vještinu usklađivanja svih elemenata potrebnih za uspješno davanje izjave za medije
5. koristiti instrumenate odnosa s medijima za distribuciju materijala koji će omogućiti redovne i proaktivne odnose s medijima.

## Uvod u digitalni marketing

### Ciljevi kolegija

Ovaj kolegij je zamišljen da studente preddiplomskog stručnog studija marketinga i komunikacija upozna s osnovnim funkcionalnostima i konceptima povezanim s digitalnim marketingom, u prvom redu digitalnim oglašavanjem. Kroz program kolegija upoznat će se s terminologijom koja se koristi u analitici digitalnog oglašavanja, povijesnim razvojem alata za digitalnu analitiku, te načinima mjerenja efikasnosti promidžbenih kampanja.

U nastavu su uključene i vježbe kroz praktične primjere i studije slučaja uz gostujuće stručnjake.

## Ishodi učenja

Uspješnim svladavanjem kolegija studenti će moći:

1. Razumjeti osnovne i napredne metrike digitalnog oglašavanja (internetskog, online oglašavanja)
2. Razumjeti tko su posjetitelji internetske stranice, te koje su im socio-demografske karakteristike
3. Razumjeti ponašanje posjetitelja s različitih uređaja (stolna računala / smartphone-i)
4. Razumjeti koje sadržaje ili teme posjetitelji preferiraju
5. Definirati i postaviti mikro i makro konverzije kroz ciljeve oglašavanja
6. Analizirati i mjeriti osnovne kanale digitalnog (online) oglašavanja
7. Koristiti analitičke softverske platforme kao izvor ideja za kreiranje sadržaja.

## Informacijske tehnologije u poslovanju

### Ciljevi kolegija

Ovaj predmet treba studentima dati uvid u suvremene mogućnosti korištenja informacijsko-komunikacijskih tehnologija u poslovanju u 21. stoljeću.

Ciljevi kolegija:

- opisati kako informacijsko-komunikacijskih tehnologija (IKT) utječe na poslovanje suvremenih tvrtki;
- putem primjera pokazati kako se samo poslovanje tvrtke mijenja uporabom IKT-a;
- osposobiti studente za samostalan i napredan rad s računalom, pri tome koristeći Microsoft operativni sustav i Office alate;
- istražiti poslovanje putem Interneta te njegove perspektive i mogućnosti te
- koristiti dostupne baza podataka na Internetu za pretraživanje poslovnih informacija.

## Ishodi učenja

Uspješnim svladavanjem kolegija studenti će moći:

1. razlikovati strukturu informacijskog sustava tvrtke te povezati realno stanje i potrebe za informacijskom pismenošću;
2. otkriti kakav je utjecaj informacijskih tehnologija na čovjeka i društvo;
3. identificirati osnove moderno informacijsko-komunikacijske tehnologije;
4. razlikovati različite modele elektroničkog poslovanja te prezentirati način dobivanja informacija putem dostupnih baza podataka.

## Proizvod i dizajn

### Ciljevi kolegija

Cilj je kolegija osposobiti studente za upravljanje aktivnostima razvoja te dizajna proizvoda i usluga ili marke u okviru marketinškog miksa. Posebno se obrađuje proces donošenja odluka o razvoju proizvoda i/ili usluga, te upravljanje markama proizvoda i usluga. Upoznaje se studente s pojmom dizajna, te dizajnom proizvoda i ambalaže kao važnim elementima njegove diferencijacije na tržištu; pojašnjava se pojam dizajn menadžmenta (upravljanje dizajnom) kao mogućeg pristupa u strateškom menadžmentu. U provođenju nastave se potiče aktivno sudjelovanje i timski rad.

## Ishodi učenja

Studenti će nakon odslušanog kolegija moći:

1. analizirati obilježja i tržišnih svojstava proizvoda,
2. prepoznati prilike i mogućih koncepcija razvoja proizvoda,
3. osmisliti i kreirati projektne zadatke (briefa) za dizajnere,
4. upravljati proizvodima i markama ovisno o njihovom životnom ciklusu
5. izabrati dizajnerske timove.

## Poslovne financije

### Ciljevi kolegija

Cilj je kolegija upoznavanje studenata sa sustavom analize, procjene i donošenja odluka u okviru poslovnih financija, kako na razini poduzeća tako i na makro-razini tržišta.

### Ishodi učenja

Studenti će nakon odslušanog kolegija moći:

1. koristiti osobne financije;
2. usporediti investicije u sredstva i traženi povrati – investicijski planovi;
3. analizirati politiku financiranja i politiku dividendi;
4. upravljati likvidnošću i likvidnim sredstvima;
5. organizirati kratkoročno i srednjoročno financiranje; dugoročnim financiranje;
6. procijeniti instrumente financijske analize i kontrole;
7. identificirati osnovne ekonomske kategorijame vezane uz kreditno – monetarni i bankarski sustav;
8. izračunati kamatne stope u financijskom sustavu.

## Elektronički mediji

### Ciljevi kolegija

Cilj je kolegija razumijevanje svrhe i uloge različitih elektroničkih medija u modernosti. Uvid u povijesni razvoj medija i njihove biti te usvajanje znanja o specifičnosti komuniciranja i prijenosa informacija modernih elektroničkih medija s javnošću. Upoznavanje temeljnih sadržajnih razlika (*diferentia specifica*) javnih i komercijalnih elektroničkih medija (radija i TV). Uloga, specifičnosti i značaj interneta u komuniciranju, kao i ostalih novih elektroničkih medija.

### Ishodi učenja

Uspješnim svladavanjem kolegija studenti će moći:

1. razlikovati javne, komercijalne i neovisne elektroničke medije
2. analizirati žanrove i tehnike manipulacija te povećati razinu medijske pismenosti
3. protumačiti ulogu i način rada pojedinih elektroničkih medija u društvu
4. ovladati potrebnim vještinama korištenja elektroničkih medija u profesionalne svrhe
5. objasniti postojanje Fonda za pluralizam elektroničkih medija
6. primijeniti osnovne okvire medijskog zakonodavstva.

## Retorika

### Ciljevi kolegija

Cilj je kolegija je upoznati studente sa teorijom govorništva kako bi putem govorničkih vještina bili sposobni jasno, uvjerljivo i precizno izložiti misli i stavove. Analizom konkretnih primjera upoznat će suvremene retoričke žanrove i figure te svladati potrebne retoričke vještine, posebno multimedijske prezentacije poslovnih poruka.

### **Ishodi učenja**

Uspješnim svladavanjem kolegija studenti će moći:

1. definirati i opisati osnovne retoričke pojmove
2. prepoznati i tumačiti osnovne vrste govora
3. analizirati govorničke vještine pojedinih govornika
4. vješto izraziti i obrazložiti vlastite stavove
5. kritički prosuđivati sugovornika, prepoznati i svjesno koristiti način kontrole afektivnih iskaza i neverbalnih poruka.

## **Marketing usluga**

### **Ciljevi kolegija**

Kroz kolegij "Marketing usluga" studenti se upoznaju sa specifičnostima marketinga usluga i njegovo značenje za uspješno poslovanje poduzeća i sektora usluga u cjelini. Cilj je kolegija razumijevanje elemente ključnih za oblikovanje marketinške strategije uslužnog poduzeća.

### **Ishodi učenja**

Uspješnim svladavanjem kolegija studenti će moći:

1. definirati ciljeve i područja marketinga usluga
2. vrednovati etičke dvojbe u primjenama marketinga usluga
3. izraditi koncept plana primjene marketinga u uslužnom sektoru
4. primijeniti tehnike i alate u praksi primjene dosega marketinga usluga.

## **Korporacijska kultura**

### **Ciljevi kolegija**

Studenti se uvode u tumačenje osnovnih elemenata korporacijske kulture koji oblikuju procese interakcije članova unutar organizacije, kao i suradnje s kulturama drugih organizacija u okruženju.

Također, cilj je predmeta stjecanje znanja o važnosti, ulogama i zadaćama korporacijske kulture, upoznavanje sa temeljnim konceptima, teorijama i funkcijama korporacijske kulture. Kako je korporacijska kultura sistem vrijednosti, uvjerenja i običaja, korporacijska kultura je proces oblikovanja vrijednosti kojima se upravlja i koje se sustavno modeliraju.

### **Ishodi učenja**

Uspješnim svladavanjem kolegija studenti će moći:

1. opisati i grupirati elemente korporacijske kulture
2. analizirati značaj korporacijske kulture za uspješnost poduzeća za budući rad u upravljanju, održavanju, razvoju i promjenama korporacijske kulture
3. predložiti i odabrati najkvalitetnije i najpotentnije teorije za kvalitetan razvoj korporacijske kulture
4. identificirati specifične oblike ponašanja, vrijednosti, uvjerenja, normi i običaja koji određuju korporacijsko ponašanje, mišljenje i usmjerava sve aktivnosti zaposlenika i grupa koje ih sačinjavaju
5. predložiti način donošenja odluka.

## Osnove statistike

### Ciljevi kolegija

Kroz kolegij Osnove statistike studente se upoznaje sa osnovnim znanjima iz statističkih metoda koje se koriste u ekonomskim disciplinama kao što su računovodstvo i financije, kao i u poslovnim istraživanjima. Studenti usvajaju kritički odnos prema statističkom načinu zaključivanja s obzirom na ograničenja, koja su statistici kao znanosti imanentna.

### Ishodi učenja

Studenti će nakon odslušanog kolegija moći:

1. definirati i opisati osnovne statističke metode
2. protumačiti i primijeniti statističko-analičke veličine
3. upotrijebiti statističke programske potpore
4. upotrijebiti MS excel u obradi podataka

## Fundamentals of Marketing

### Course Objectives

This course will prepare you to think strategically about marketing in today's global environment. After successful completion of this course, you will have a basic understanding of the marketing concept, the marketing mix (product, place, promotion and price), segmentation, targeting, positioning, customer value, branding, services marketing, global marketing, marketing metrics, consumer and business behaviour, ethics and social responsibility in marketing, market planning, market research and competitive analysis. In addition, you will have the opportunity to evaluate and formulate marketing strategies.

### Learning Outcomes

By the end of this course students should be able to:

1. Understand fundamental principles of marketing
2. Explain marketing concepts and ideas in their own words
3. Develop an organisation's marketing strategy and implementation as part of a simulation
4. Think strategically about marketing issues
5. Successfully work as a team
6. Develop an argument and express themselves clearly in written and oral communication
7. Consider ethical issues

## Osnove sociologije

### Ciljevi kolegija

Cilj je kolegija upoznati studente s osnovnim sociologijskim pojmovima, konceptima, teorijskim i istraživačkim pristupima modernom društvu i modernom dobu. Dati im uvid u razloge nastanka sociologije, posebnost sociologije kao akademske discipline, pregled osnovnih koncepcija razumijevanja sociologije te osnovnih teorija i pojmova u sociologiji. Pružiti osnovna znanja o odnosu kulture i društva te osigurati uvid u istraživački kontinuitet na tom području sociologije. Upoznavanje s osnovnim pojmovima, idejama i procesima političkog djelovanja. Kritičko razumijevanje suvremenih političkih odnosa i događaja. Pregled sociologije religije. Razumijevanje osnovnih obilježja komuniciranja i komunikacijskih procesa u društvu. Upoznavanje s nastankom i razvojem masovnih medija i masovne kulture. Razumijevanje međusobnog utjecaja medija i društva i uloge medija u društveno-kulturnom razvoju. Kritičko razumijevanje i analiziranje medijskih formi i sadržaja.

## Ishodi učenja

Uspješnim svladavanjem kolegija studenti će moći:

1. zastupati kritičko mišljenje i moći ga argumentirati.
2. Koristiti se raznim komunikacijskim vještinama.
3. Primijeniti osnovna obilježja komuniciranja i komunikacijskih procesa u društvu.
4. Primijeniti znanja o odnosu kulture i društva.

## Obrada teksta i slike

### Ciljevi kolegija

Kolegij će studentima pružiti napredna znanja iz područja obrade teksta i osnovna znanja iz obrade slike. Studenti će usvojiti pojmove vezane uz grafički dizajn, korištenje boje, primijeniti znanja o grafici te grafičkim alatima (programa za obradu digitalnih slika) te metoda obrade slike i teksta. Cilj je predavanja i vježbi usvajanje znanja i razumijevanja, postupka kreiranja dokumenata i publikacija uz pomoć računala, oblikovanja teksta, osnova računalne grafike i obrade slika te integracije teksta i slike.

## Ishodi učenja

Uspješnim svladavanjem kolegija studenti će moći:

1. Primijeniti napredno oblikovanje teksta, odlomaka, stupaca i tablica;
2. Koristiti referencije kao što su fusnote, krajnje bilješke i opisi, te kreirati tablice sadržaja, indeksa i unakrsnih referenci.
3. Usporediti značajke povezivanja i ugrađivanja za integraciju podataka.
4. Suradivati na izradi i pregledavanju dokumenata, raditi s glavnim dokumentom i poddokumentima, te primijeniti značajke sigurnosti dokumenta.
5. Primijeniti vodene žigove, sekcijama, zaglavljima i podnožjima u dokumentu;
6. Kreirati osnovnu obradu slike pomoću GIMP-a;
7. Analizirati osnovne alate za rad sa grafikom.

## Suvremeni ekonomski, politički i medijski procesi

### Ciljevi kolegija

Cilj je kolegija upoznavanje studenata sa suvremenim političkim, ekonomskim i medijskim procesima, koji formiraju suvremeni svijet. Naime, interakcija tržišta i uvjeta okoliša odgovorni su za većinu ekonomske i političke povijesti modernog svijeta. Uz tzv. egzogene varijable koje utječu na djelovanje tržišta i strukturu društva, politički okvir na domaćoj i međunarodnoj razini te postojeće stanje znanstvene teorije i tehnološkog razvoja, tvore ograničenja i/ili prigode koje utječu na funkcioniranje aktera. Razumijevanje načina na koji tržišne sile i vanjski faktori utječu jedan na drugoga vrlo je važno u razumijevanju dinamike međunarodnih ekonomskih i političkih odnosa. Promatrajući međudržavno djelovanje analizira se široki splet aktera: države, transnacionalne korporacije, nevladine organizacije, a također i proces globalizacije u kojem se sve te promjene događaju. Proučavanje i poznavanje globalne politike i ekonomije te regionalnih politika, koje su danas uvelike obilježene krizama trebaju studentima omogućiti kreaciju vlastitog teorijskog okvira unutar kojega promatraju glavna zbivanja i traže buduća rješenja.

## Ishodi učenja

Uspješnim svladavanjem kolegija studenti će moći:

1. prepoznavati i opisivati temeljne kategorije nužnih za razumijevanje i analizu integracijskih procesa u njihovim brojnim oblicima;

2. definirati strukture i funkcije procesa ekonomske, političke i medijske transkontinentalne povezanosti;
3. prepoznati i definirati sadržaje međunarodnih političkih i međunarodnih ekonomskih odnosa;
4. opisati i definirati temeljne značajke i utjecaje procesa globalizacije;
5. opisati i definirati informacijsko-komunikacijske mogućnosti i procese koji mijenjaju funkcioniranje suvremenog svijeta;
6. koristiti se operativnim pojmovima i objasniti procese razvoja koji prelaze nacionalne granice.

## Strateški menadžment

### Ciljevi kolegija

Cilj je kolegija naučiti osnove strateškog upravljanja organizacijom. Strateški menadžment organizacije je kompleksan pothvat koji počinje sa ključnim pitanjem: zašto su određene firme profitabilnije od drugih? Kolegij će od vas zahtijevati da razmotrite ovo pitanje tako da integrirate znanje iz prijašnjih kolegija, dok simultano učite i primjenjujete nove menadžmentske principe, koncepte, metodologije, itd.

### Ishodi učenja

Uspješnim svladavanjem kolegija studenti će moći:

1. Definirati strategiju, proces strateškog menadžmenta, te analizirati različite tipove industrijskih struktura.
2. Izabrati i primijeniti prihvatljive strateške menadžment alate za dijagnozu internih i eksternih faktora koji utječu na organizacije.
3. Definirati i klasificirati tipove kompetitivnih prednosti i objasniti najbolje prakse za stvaranje i održavanje prednosti.
4. Objasniti najčešće korištene korporativne strategije i analizirati alternative za stvaranje dugoročne vrijednosti.
5. Primijeniti moderne menadžment tehnike i odabrati najbolje alternative u vidu čestih i naglih tehnoloških promjena
6. Povezati teoriju strateškog menadžmenta i koncepte za objasniti konkurentsku prednost u eri globalizacije.
7. Kreirati strateški audit za poduzeće.

## Istraživanje tržišta i javnog mnijenja

### Ciljevi kolegija

Cilj kolegija je upoznavanje studenata sa organizacijskom strukturom istraživanja tržišta te politikom marketinga. Prenijeti studentima osnovna teoretska i praktična znanja o suvremenim načinima praćenja i istraživanja tržišta, kao podloge za donošenje poslovnih, a posebice marketinških odluka.

### Ishodi učenja

Uspješnim svladavanjem kolegija studenti će moći:

1. objasniti treba li, kada i zašto provesti istraživanje tržišta
2. objasniti koje istraživačke metode odgovaraju na koja marketinška pitanja
3. navesti osnove temeljnih istraživačkih metoda uključujući neke nove i napredne alate
4. objasniti kako integrirati istraživanje tržišta u faze životnog vijeka proizvoda
5. koristiti istraživanje tržišta u funkciji upravljanja brendom
6. osmisliti kako integrirati istraživanje tržišta u donošenje odluka o 4P
7. pravilno interpretirati rezultate istraživanja tržišta
8. uspješno surađivati s profesionalnim istraživačkim institucijama.

## Ponašanje potrošača

### **Ciljevi kolegija**

Cilj je ovog kolegija pružiti studentima korisne menadžerske spoznaje o ponašanju potrošača, odnosno upoznati studente s prirodom temeljnog tržišnog subjekta - potrošačem u okolnostima u kojima on donosi svoje odluke.

### **Ishodi učenja**

Uspješnim svladavanjem kolegija studenti će moći:

1. primijeniti osnovna znanja o ponašanju potrošača, načinima istraživanja donošenja odluka o kupovini kao i o poslijekupovnom ponašanju
2. zaključiti što će motivirati potrošače i zašto se potrošač odlučuje na kupovinu,
3. preispitati motive, činitelje i proces donošenja odluka o kupovini.
4. primijeniti filozofiju ponašanja potrošača u svojoj okolini.

## **Poslovni marketing**

### **Ciljevi kolegija**

Kolegij Poslovni marketing upoznaje studente s temeljnim karakteristikama i specifičnostima marketinga na tržištu poslovnih subjekata i javnog sektora.

### **Ishodi učenja**

Uspješnim svladavanjem kolegija studenti će moći:

1. Prepoznati i primijeniti poslovni marketing u različitim vrstama industrije (poljoprivreda, pomorstvo, promet, zdravstvo, kultura i obrazovanje, intelektualne usluge itd.), poslovni marketing proizvoda te poslovni marketing usluga.
2. Istražiti tržište robne proizvodnje, tržište državne nabave, odnos tržište-kupac te životni ciklus proizvoda,
3. Analizirati ekonomske i socijalne funkcije usluga i značaj marketinških funkcija u ravnomjernom pozicioniranju ekonomskih i socijalnih osobitosti konkretnih usluga.
4. Prepoznati donositelja odluka u prodajnom procesu.

## **Organizacija događaja**

### **Ciljevi kolegija**

Cilj je kolegija studentima osigurati razumijevanje i primjenu komunikacijskih vještina pri organiziranju događaja i njihovom upravljanju. Nastava je usmjerena na stjecanje stručnih znanja potrebnih na različitim razinama projektne odgovornosti. Studenti će učiti razvijati upravljačke vještine i znanja potrebne za samostalno upravljanje događajima. U praktičnom dijelu nastave studenti će kroz izradu projekta primijeniti tehnike, znanja i vještine koje su stekli.

### **Ishodi učenja**

Uspješnim svladavanjem kolegija studenti će moći:

1. Primijeniti stečene vještine organiziranja i upravljanja događajima.
2. Koristiti se raznim komunikacijskim vještinama.
3. obrazložiti koncept upravljanja ljudskim potencijalima.
4. kreirati i analizirati poslovni plan (koncept) događaja.
5. Primijeniti zakonske odredbe i etičke kodekse.



## Vizualne komunikacije

### Ciljevi kolegija

Cilj je kolegija izučiti glavne kanale verbalne, glasovne i neverbalne komunikacije. Poseban naglasak je na vizualnoj komunikaciji, kontaktu s očima, rukama, govoru tijela pozornosti koju odvlače dodatni simboli ili elementi u interijeru. Analizom na konkretnim primjerima svladavanje kulturoloških razlika u vizualnoj komunikaciji. Svladavanje treme i ostalih psihofizikalnih vizualnih efekata kao posljedice (ne)pripremljenosti za sve oblike komunikacija. Efekti u vizualnom komuniciranju – PR alati.

### Ishodi učenja

Uspješnim svladavanjem kolegija studenti će moći:

1. Procijeniti utjecaj neverbalnih i glasovnih pojava na vizualnu komunikaciju
2. Analizirati govor tijela
3. Pravilno koristiti boje, materijale i simbole za uspješnu osobnu komunikaciju po principu „manje je više“
4. Identificirati i preispitati kulturološke razlike u poslovnoj vizualnoj komunikaciji
5. Prepoznati vizualne manipulacije u grafici, tisku ili photoshopu.

## Tiskani mediji

### Ciljevi kolegija

Cilj je kolegija upoznati studente s osobitostima tiska, osposobiti ih za shvaćanje i korištenje osnovnim žanrovima tiskovnog komuniciranja te općenito za rad u tisku. Usavršavanje i razvoj profesionalnih vještina novinara zaposlenih u tiskanim medijima studenti će usavršiti na praktikumu na vježbama simulacije rada u redakciji tiskanoga medija.

Predavanja pružaju studentima uvid u spoznavanje funkcija i karakteristika tiskanih medija, te njihovih specifičnosti. Upoznati studente s proizvodnjom dnevnika, tjednika i mjesečnika kroz sve 3 faze: novinarska, tiskarska i prodajna (funkcije i ovlasti glavnoga urednika, uredništvo, zadaće novinara, redakcija – ustroj i funkcioniranje, podjela po rubrikama; unutarjno-politička, vanjska, gradska, sportska, znanstvena, kulturna). Što se sve događa u tiskarskoj fazi (kako se oblikuje grafički dizajn i izgled novine), koji se oblici novinarske komunikacije koriste u tiskanim medijima, te koji su novinarski žanrovi najzastupljeniji – informativni ili analitički.

### Ishodi učenja

Uspješnim svladavanjem kolegija studenti će moći:

1. opisati funkciju i karakteristike tiskanih medija kao i njihove specifičnosti,
2. definirati uloge i odgovornosti pojedinih medijskih djelatnika (menadžment, redakcija),
3. prepoznati važnost i elemente novinarskog (publicističkog) stila,
4. argumentirati i razlikovati pojedine oblike novinarske komunikacije,
5. prepoznati i razlikovati različite novinarske žanrove.

## Business intelligence

### Ciljevi kolegija

*Business intelligence* (Organizacija znanja poslovnih informacija) je kolegij fokusiran na donošenje odluka temeljenih na informacijama odnosno znanju. Kolegij upoznaje studente sa značajem poslovnih informacija u suvremenom poslovanju i procesima odlučivanja (procesima, tehnikama i sredstvima za prikupljanje i obradu poslovnih informacija), njihovim

interpretiranjem odnosno pretvaranjem u poslovne analize (znanje) te distribucijom tih analiza kreatorima poslovne politike i donositeljima poslovnih odluka (*managementu*). Drugim riječima, kolegij pruža studentima temeljna znanja o pojmu, sadržaju, modelu, procesu i sustavu *business intelligencea* koji je u suvremenim kompanijama postao/postaje sastavni dio poslovnog razmišljanja, poslovne kulture, kao i poslovne politike. Kolegij ima za cilj poučiti studente da spoznaju važnost informacija u poslovnom procesu te ih nauče prikupljati, interpretirati, koristiti i čuvati u interesu ostvarenja poslovnog uspjeha kompanije kao i njezine poslovne sigurnosti. Cilj je, zapravo, razumijevanje procesa *business intelligencea* (*business counterintelligencea*,) njegovih proizvoda te njegove uloge u upravljanju kompanijama, ali i razvijanje sposobnosti organiziranja i upravljanja procesom *business intelligencea* te uporabe njegovih krajnjih proizvoda. Kolegij *Business intelligence* (poslovne informacije) ima, dakle, konceptijski i aplikacijski cilj.

## Ishodi učenja

Uspješnim svladavanjem kolegija studenti će moći:

1. objasniti pojam i sadržaj *business intelligencea*
2. objasniti pojam i sadržaj sigurnosti poslovnih informacija (*business counterintelligencea*);
3. objasniti ulogu i značaj *business intelligencea*, kao i značaj njegovih krajnjih proizvoda u upravljanju suvremenim kompanijama, nacionalnim gospodarstvima i u upravljanju društvenim razvojem
4. primijeniti tehnike prikupljanja poslovnih informacija;
5. interpretirati značenje poslovnih informacija, njihove uporabe u interesu ostvarenja poslovnog uspjeha kompanije te njezine poslovne sigurnosti;
6. izraditi poslovne analize temeljene na poslovnim informacijama;
7. usporediti modele *business intelligencea* u državama-članicama EU
8. objasniti i usporediti modele *business intelligencea* u različitim tipovima gospodarskih sustava u svijetu
9. organizirati i upravljati procesom ostvarenja sigurnosti vlastitih poslovnih informacija (*business counterintelligence proces*).

## Marketing u kulturi

### Ciljevi kolegija

Kultura doprinosi duhovnom razvoju svakog pojedinca, ali i ekonomskom razvoju društva u cjelini, te analizira i potiče rješavanje društvenih problema. Cilj je kolegija osposobiti studente za specifičnosti marketinga u raznim područjima kulture: za samostalno sagledavanje, planiranje i provođenje marketinga u kulturnim projektima; za uočavanje nužnosti primjene marketinga radi uspješnog djelovanja i provođenja raznovrsnih programa institucija u kulturi, kao i izvaninstitucionalnih kulturnih projekata.

## Ishodi učenja

Studenti će nakon uspješno savladanog kolegija moći:

1. analizirati i uočiti razlike između marketinga profitnih i neprofitnih organizacija
2. izabrati strategije i marketinškog plana za kulturne projekte i programe
3. upravljati specifičnim proizvodima i uslugama organizacija u kulturi
4. prilagoditi marketinške alate specifičnim potrebama neprofitnog sektora.

## Baze podataka

### Ciljevi kolegija

- Upoznati studente s primjerima baza podataka koji nas okružuju;
- Opisati način oblikovanja baze podataka kao ključan dio njezina razvoja;
- Objasniti i pokazati način rada programa za izradu baza podataka Microsoft Access;
- Koristiti upite, obrasce te izvještaje prilikom izrade i pretraživanja baze podataka.

## Ishodi učenja

Uspješnim svladavanjem kolegija studenti će moći:

1. razlikovati pojmove baze podataka, datoteke, entiteta/atributa, primarnog ključa;
2. razlikovati upite, izvještaje, makronaredbe i module;
3. stvoriti različite upite i izvještaje nad bazom podataka te povezati različite tablice u bazi podataka;
4. razlikovati različite tipove polja koji se primjenjuju pri radu s bazom podataka te
5. preurediti jednostavnu bazu podataka.

## Vještina pregovaranja

### Ciljevi kolegija

Kroz kolegij "Vještine pregovaranja" studenti se upoznaju s tehnikama pregovaranja u suvremenom poslovnom okružju. Uspješno pregovaranje ključ je poslovnog, ali i životnog uspjeha; pregovaranje predstavlja sastavnicu svakodnevnice pa je stoga neophodno studente upoznati s taktikama pregovaranja, ali i osposobiti za korištenje pregovaračkim vještinama. Cilj je predmeta razviti vještine i alate potrebne za uspješno pregovaranje, ovladati vještinama pregovaranja, pregovaračkim tehnikama i pravilima pregovaranja. Kroz stalne simulacije pojedinih slučajeva u kojima je neophodno pregovaranje, osposobiti studente za samostalne pregovaračke procese.

### Ishodi učenja

Uspješnim svladavanjem kolegija studenti će moći:

1. definirati ciljeve i područja poslovnog pregovaranja
2. kritički prosuđivati etičke dvojbe u pregovaranju
3. koristiti tehnike i alate u procesu pregovaranja
4. samostalno planirati i voditi pregovaračke procese.

## Trgovačko pravo

### Ciljevi kolegija

Stjecanje znanja iz trgovačkog ugovornog prava i prava trgovačkih društava radi primjene praktičnih znanja u praksi. Kolegijem se studenti ulaze uvode u osnove trgovačkog prava i ulogu prava u gospodarskom poslovanju s ciljem razumijevanja materije trgovačkog prava i prava društava.

### Ishodi učenja

Uspješnim svladavanjem kolegija studenti će moći:

1. Objasniti materiju osnova Trgovačkog prava
2. Kreirati jednostavnije ugovore ili njihove bitne elemente
3. Skupiti podatke za osnivanje trgovačkog društva
4. Provjeriti potrebne zakonske propise

## Medijski trening

### Ciljevi kolegija

Cilj je kolegija je upoznati studente s teorijom govorništva kako bi putem govorničkih vještina bili sposobni jasno, uvjerljivo i precizno izložiti misli i stavove. Analizom konkretnih primjera upoznat će suvremene retoričke žanrove i figure te svladati potrebne retoričke vještine, posebno multimedijske prezentacije poslovnih poruka.

### **Ishodi učenja**

Uspješnim svladavanjem kolegija studenti će moći:

1. Kreirati osobni komunikacijski stil
2. Razviti komunikacijske vještine do razine nesvjesne kompetentnosti
3. analizirati govorničke vještine pojedinih govornika
4. vješto zastupati vlastite stavove te
5. kritički slušati sugovornika, prepoznati i svjesno koristiti način kontrole afektivnih iskaza i neverbalnih poruka.

## **Poslovno planiranje**

### **Ciljevi kolegija**

Cilj je kolegija "Poslovno planiranje" identificirati i analizirati različite vrste planova i pokazati kakav je njihov međusobni odnos; shvatiti važnost periodičnog revidiranja planova kako bismo, u svijetlu bilo kakvih novih događanja, osigurali njihovu ažurnost.

### **Ishodi učenja**

Uspješnim svladavanjem kolegija studenti će moći:

1. Identificirati planove
2. Analizirati poslovne planove
3. Pokazati međusobni odnos poslovnih planova
4. Objasniti važnost periodičnog revidiranja poslovnih planova.

## **Osnove korporativne komunikacije**

### **Ciljevi kolegija**

Upoznati studente s osnovama korporativne komunikacije u srednjim i velikim organizacijama, definirati okruženje u kojem djeluju, objasniti specifičnosti korporativnih odnosa s medijima, interne komunikacije i javnih poslova. Pozornost će se posvetiti i strateškoj komunikaciji, četverofaznom procesu planiranja te izradi komunikacijskog plana koja uključuje implementaciju različitih alata i tehnika u odnosima s javnošću.

### **Ishodi učenja**

Uspješnim svladavanjem kolegija studenti će moći:

1. Objasniti različite konceptualizacije i organizacijske strukture korporativne komunikacije.
2. Upoznati svrhu i instrumente interne i eksterne komunikacije.
3. Objasniti odnose s različitim skupinama dionika te pristupe i modele komunikacije s njima.
4. Upoznati se sa tehnikama i alatima odnosa s javnošću u korporacijama.
5. Osmisliti i izraditi komunikacijski plan.

## **Marketing društvenih medija**

### **Ciljevi kolegija**

Marketing društvenih medija (SMM) je skup marketinških metoda koje generiraju publicitet pomoću alata poput društvenih mreža, blogova i mikroblogova, foruma, generatora vijesti, RSS kanala i raznih drugih web sjedišta. Značajan je zbog niza specifičnih prednosti izraženih kroz niske troškove upotrebe i mogućnosti odvijanja interaktivne komunikacije. U osnovi se radi o značajnim prednostima pred drugim oblicima komuniciranja, koje rezultiraju njegovim većim korištenjem u svim područjima društvenog i gospodarskog djelovanja.

Studentima će biti predstavljene brojne taktike internetskog marketinga, poput **oblikovanja korisničkog iskustva** (*user experience*), **razvoja i upravljanja sadržajem** (*content management*), **dinamičkog određivanja cijena**, **online prodaje i distribucije**, **search engine marketinga** i **korištenja društvenih medija** u marketinškoj komunikaciji. Poseban naglasak stavljen je na novu ulogu potrošača u digitalnom okruženju (*prosumers, co-creators of value*), rastuću važnost mobilnog marketinga te mjerenje učinkovitosti internetskog marketinga (*digital analytics*).

Svrha je kolegija omogućiti studentima nadogradnju postojećih marketinških znanja kroz upoznavanje s trendovima na tom području, te njihovim specifičnostima analize, planiranja i provođenja marketinških aktivnosti.

## Ishodi učenja

Uspješnim svladavanjem kolegija studenti će moći:

1. Objasniti uloge suvremenih medija u ukupnom upravljanju marketingom;
2. Usporediti sličnosti i razlika između u tradicionalnom i digitalnom okruženju;
3. Preispitati uloge društvenih medija kao novog marketinškog alata
4. Izdvojiti nove trendove u e-marketingu
5. Koristiti društvene medije kao alat istraživanja tržišta
6. Osmisliti dobre promocije poduzeća uz pomoć digitalnih medija
7. Povezati osnovnih pojmova marketinga društvenih medija s praksom
8. Analizirati situacije, postavljanja ciljeva, definiranja strategije i odabira taktika internetskog marketinga
9. Procijeniti koji elementi okruženja utječu na e-marketing
10. Razlikovati prednosti i nedostataka marketinga društvenih medija.

## Međunarodni marketing

### Ciljevi kolegija

Kolegij objašnjava međunarodni marketing kao cjeloviti poslovni proces koji se odvija na međunarodnom tržištu i njegovu važnost za poslovanje poduzeća u današnjim uvjetima globalizacije.

## Ishodi učenja

Studenti će nakon odslušanoga kolegija moći:

1. Upravlјati marketinškim aktivnostima u međunarodnom okruženju
2. Objasniti i primijeniti tržišni princip na međunarodnoj razini u poslovanju tvrtki na razini nižeg i srednjeg menadžmenta
3. Upotrijebiti marketinška znanja i tehnike za rješavanje konkretnih marketinških problema na primjerima iz prakse
4. Primijeniti filozofiju marketing razmišljanja u međunarodnom okruženju.

## Marketinško upravljanje

### Ciljevi kolegija

Cilj je ovog kolegija osposoblјavanje studenata za aktivnosti provođenja analiza u svrhu razvijanja strateškog marketinškog plana te kako bi znali odabrati najprikladniju strategiju marketinga; razvijanje vještina koje pomažu pri uvođenju, vrednovanju i kontroli marketinških aktivnosti i strategija.

## Ishodi učenja

Uspješnim svladavanjem kolegija studenti će moći:

1. Procijeniti tržišne prilike analizirajući kupce, konkurenciju, sudionike, kontekst, te snage i slabosti poduzeća.
2. Kreirati integrirani marketinški plan.
3. Provesti kvantitativnu i kvalitativnu analizu.
4. Objasniti važnost izrade marketinške strategije
5. Izraditi kvalitativnu i kvantitativnu analizu koja je potrebna za formulaciju efektivnih marketinških programa
6. Raspraviti različite odluke u svakom elementu marketinškog miksa
7. Usporediti proces razvoja i implementacije različitih marketinških strategija
8. Ocijeniti alternativne metode za mjerenje marketinškog plana i efektivnost programa
9. Pomoći studentima u razvoju timskog rada kroz zajedničko pisanje seminarskog rada i izrade strategije marketinga za određenu firmu
10. Izraditi efektivne marketinške strategije za postizanje organizacijskih ciljeva.
11. Kreirati stratešku implementaciju programa za maksimizaciju šanse za uspjeh.
12. Procijeniti i analizirati vaše prijedloge i kritički analizirati i nadograditi vaš rad kvantitativno i kvalitativno sugestijama kolega i profesora.

## Političko komuniciranje

### Ciljevi kolegija

Cilj je kolegija upoznati s temeljnim pojmovima, konceptima i teorijskim pristupima u okviru političke komunikacije, te usvajanje relevantnih informacije vezano za fenomen političkog komuniciranja. Studenti će kroz kolegij steći znanja o akterima političke komunikacije, instrumentima, učincima političke komunikacije, medijima-komunikacijskim kanalima te se upoznati s odnosom političke komunikacije i važnih kulturnih i društvenih procesa kao što su globalizacija i modernizacija. Politička komunikacija će se izučavati kroz komuniciranje u izbornim kampanjama, izvršnoj i parlamentarnoj vlasti, sudstvu i drugim segmentima s naglaskom na hrvatsku praksu.

### Ishodi učenja

Uspješnim svladavanjem kolegija studenti će moći:

1. Pokazati znanja o ključnim pojmovima ,teorijskim konceptima i relevantnim društvenim procesima za svrhovito komuniciranje u politici
2. Preispitati bitne informacije vezane za povijesni razvoj političke komunikacije u nas i svijetu
3. Analizirati političke komunikacije kao svoje buduće profesionalno djelovanje u medijima ili odnosima s javnošću ,ili pak u državnoj ili lokalnoj upravi.
4. Demonstrirati vještine za provođenje izbornih kampanja ,političke retorike ,i drugih segmenata političkog komuniciranja
5. Integrirati i prezentirati praktične vještine za rad u medijima agencijama za PR i marketing, političkim strankama, međunarodnim organizacijama i institucijama za političko komuniciranje.

## Medijski menadžment

### Ciljevi kolegija

Cilj je kolegija upoznati studente s organiziranjem i funkcioniranjem medijskih kuća u Hrvatskoj, ali i inozemstvu, upoznati ih sa specifičnostima upravljačkih tehnologija i metoda unutar medijskih kuća te sa zakonskim okvirom u kojima se takve djelatnosti odvijaju, približiti im zanimanje menadžera u medijima kao i vještina koje su za to potrebne te ih osposobiti za upravljačke funkcije u medijskim kućama.

### Ishodi učenja

Uspješnim svladavanjem kolegija studenti će moći:

1. opisati funkcioniranje menadžmenta u medijima kao posebnog tipa menadžmenta,

2. definirati temeljne pojmove menadžmenta u medijima,
3. analizirati organiziranje i funkcioniranje različitih medijskih organizacija,
4. prepoznati koncentraciju vlasništva u medijima i njene učinke na funkcioniranje medija,
5. osmisлити medijski plan poslovanja.

## Osnove njemačkog jezika

### Ciljevi kolegija

Cilj je kolegija uvesti polaznike u osnove općeg njemačkog jezika koji obuhvaćaju rad na vještinama čitanja i slušanja kratkih pisanih i govorenih tekstova na razini A1, osnove pravopisa i čitanja te uvod u govornu komunikaciju (pozdravljanje, predstavljanje, čitanje brojeva, opis životnog prostora, zemlje Europe).

### Ishodi učenja

Uspješnim svladavanjem kolegija studenti će moći:

1. Demonstrirati osnove pisanja i čitanja te abecedu
2. Pozdraviti sugovornika i predstaviti se osnovnim osobnim podacima
3. Pokazati sposobnost Naručivanja hrane i pića s jelovnika te zatražiti i platiti račun
4. Nabrojati zemlje Europe, jezike i nacionalnosti
5. Ispričati, pročitati i zapisati telefonske brojeve
6. Napisati kratak tekst o sebi
7. Opisati svojinu tj. pripadnost predmeta osobama
8. Opisati predmete i osobe uz pomoć osnovnih pridjeva
9. Razumjeti kratke slušane i pisane tekstove na temu cjeline.

## Marketing u maloprodaji

### Ciljevi kolegija

Cilj kolegija je upoznavanje s posebnostima marketinga u maloprodaji i razumijevanje procesa marketinga trgovinskog gospodarskog subjekta, te stjecanje temeljnih i posebnih metodičkih znanja o pojedinim marketinškim odlukama u trgovini.

### Ishodi učenja

Uspješnim svladavanjem kolegija studenti će moći:

1. navesti marketinške funkcije trgovine, metodiku stvaranja strategije maloprodajnog poduzeća, oblike maloprodajnih i veletrgovinskih poslovnih jedinica koncepcijom njihovog razvoja.
2. primijeniti znanja o internacionalizaciji i globalizaciji maloprodaje
3. identificirati pokazatelje marketinške analize trgovine na malo u Hrvatskoj
4. primijeniti filozofiju marketinškog razmišljanja u maloprodajnim oblicima, tj. na tržištu krajnje potrošnje

## Promotion and Design – Cases

### Ciljevi kolegija

Cilj kolegija je osposobiti studente za komuniciranje s poslovnim partnerima na engleskom jeziku kao i za kvalitetno služenje stručnom literaturom, posebno iz područja promocije i dizajna. U okviru kolegija obrađuju se teme promotivnog miksa, proučavaju promotivne kampanje, primjena novih tehnologija, te razvoj i dizajna proizvoda i marki. Poseban naglasak stavljen je na slučajeve u praksi. U provođenju nastave se potiče aktivno sudjelovanje studenata i timski rad.

## Ishodi učenja

Student će nakon odslušanog kolegija moći:

1. Upotrijebiti stručnu literaturu na engleskom jeziku,
2. Istražiti i interpretirati slučajeve iz prakse
3. Prezentirati projekte na engleskom jeziku iz područja marketinga fokusirajući se na promociju i dizajn.

## Upravljanje ljudskim potencijalima

### Ciljevi kolegija

Cilj je kolegija upoznati studente s postupcima, modelima i metodama koje se koriste u analizi i upravljanju osobnim potencijalom te u upravljanju ljudskim potencijalima u poslovnoj praksi. Uz to je cilj razviti sposobnost studenata za uspješno upravljanje osobnim potencijalom te ljudskim potencijalima u poslovnoj praksi što uključuje procese upravljanja osobnim potencijalom, procese upravljanja karijerom, analizu radnog mjesta, primjenu odgovarajućih izvora i postupaka kod pribavljanja kandidata, praktične metode i tehnike selekcije kandidata, načine integriranja i obučavanja zaposlenika, motivacijske tehnike za povećanje produktivnosti zaposlenika.

## Ishodi učenja

Uspješnim svladavanjem kolegija studenti će moći:

1. Opisati ulogu i značaj upravljanja ljudskim potencijalima
2. Kreirati mapu osobnog razvoja
3. Provesti proces planiranja razvoja karijere
4. Istražiti različite načine obrazovanja na poslu i izvan njega
5. Prikazati postupak zapošljavanja
6. Provesti analizu posla i radnih mjesta
7. Osmisliti prijavu za posao i životopis
8. Razlikovati izvore pribavljanja ljudskih potencijala
9. Primijeniti metode selekcije zaposlenika
10. Identificirati vrste nagrada kao motivacijske čimbenike
11. Analizirati mogućnosti novih pristupa organiziranja rada i radnog vremena.

## Kreativno razmišljanje

### Ciljevi kolegija

Cilj je ovog kolegija istraživanje vlastite kreativnosti polaznika kroz interdisciplinarni pristup. Polazeći od teorije, razni pristupi kreativnom razmišljanju primjenjivat će se kroz vježbe i radionice, te timski rad uz moguću primjenu u raznim disciplinama. Studenti će učiti tehnike unapređivanja originalnog razmišljanja koje se mogu koristiti u različitim poslovnim situacijama, od osmišljavanja kreativnih strategija oglašavanja do kreativnog menadžerskog upravljanja tvrtkom. Istraživat će se primjena kreativnog menadžerskog upravljanja kroz analize poslovnih slučajeva i gostujuća predavanja.

## Ishodi učenja

Studenti će nakon odslušanog kolegija moći:

1. istražiti i analizirati razne kreativne tehnike
2. vrednovati kreativnosti u poslovnim situacijama
3. primijeniti kreativno razmišljanje u raznim područjima marketinga i komunikacija
4. kreativnog upravljati specifičnim proizvodima i uslugama
5. samostalno kreirati projekte i upravljati interdisciplinarnim timovima.

## Konkurentnost gospodarstva



## Ciljevi kolegija

Cilj kolegija je demistificirati pojam konkurentnosti u kontekstu nacionalnog gospodarstva s posebnim naglaskom kako to postići u uvjetima uskog (malog) unutarnjeg tržišta.

Kolegij je koncipiran kao sinergija teorijskih i praktičnih znanja kako bi studenti dobili cjelovitu sliku stanja gospodarstva i razumijevanje promatrane problematike, a u skladu sa suvremenim uvjetima koje nameće 21. stoljeće.

Kroz predavanja studenti analiziraju ključne probleme gospodarskog sustava RH, kao i potencijale razvoja prema pojedinim nastavnim cjelinama.

## Ishodi učenja

Tijekom sudjelovanja u radu kolegija studenti će moći:

1. pravilno valorizirati stanje nacionalnog gospodarstva
2. steći uvid kako međunarodni ekonomski procesi utječu na razvoj nacionalnog gospodarstva
3. kritički prosuđivati komparativne prednosti kojima se služe zemlje da bi stvorile što konkurentnije gospodarstvo
4. istražiti kako postići konkurentnost na međunarodnom tržištu rada
5. analizirati kako postići konkurentnost na međunarodnom tržištu roba i usluga
6. istražiti kako „malo“ nacionalno gospodarstvo koje je uvozno orijentirano pretvoriti u globalno konkurentno gospodarstvo

## Komercijalizacija emocija u sferi marketinga

### Ciljevi kolegija

Cilj kolegija je razumjeti značaj emotivnog resursa kao ključnog faktora uspješnog marketinga; naučiti kako emocije oblikuju kvalitetan kontekst marketinga; naučiti faktore emotivnog privlačenja korisnika/potrošača; analizirati interakcije između marketinških poruka i emocija potencijalnih korisnika/potrošača; naučiti primijeniti metode emocionalnog utjecaja na korisnike/potrošače.

### Ishodi učenja

Uspješnim svladavanjem kolegija studenti će moći:

1. poznavati procese komercijalizacije emocija u marketingu
2. analizirati uvlačenje emocionalnog potencijala u marketinški odnos
3. stvarati marketinški utjecaj na emocionalno iskustvo korisnika/potrošača
4. izraditi idejni plan provociranja emocionalnih obrazaca korisnika/potrošača kroz marketing
5. osmisлити konceptualizaciju projekta emocionalne marketinške komunikacije.

## Stručna praksa

### Ciljevi kolegija

Cilj je kolegija da student usvoji praktična znanja i vještine koje mu omogućuju nadopunu teorijskih znanja koje je stekao ili koja stječe u nastavnom procesu, a koja kroz stručnu praksu uči primjenjivati u nastavnom radnom okruženju što ga kvalificira za rad na tržištu. Jednako tako cilj je da se student na praksi uključuje u svakodnevni rad i aktivnosti organizacije u kojoj obavlja stručnu praksu te kroz dnevne zadatke koje dobiva od mentora uči rješavati probleme i kritički pristupati zadaćama u zadanom roku.

### Ishodi učenja

Uspješnim svladavanjem kolegija studenti će moći:

1. Organizirati i sastaviti hodogram rada tijekom cijele prakse.
2. Prikupiti i pripremiti radne materijale za izvršavanje radnih zadataka.
3. Kreirati pisani oblik materijala u zadanom roku.
4. Predložiti i istražiti temu (na terenu).