



Nositelj predmeta	dr. sc. Boris Marjanović, v. pred. David Košara, asistent	
Naziv predmeta	Brendiranje proizvoda i usluga	
Studijski program	Specijalistički diplomski stručni studij Kreativni menadžment u procesima	
Status predmeta	Obavezan	
Godina	1/II	
Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave	ECTS koeficijent opterećenja studenata	4
	Broj sati (P+V+S)	30+30+0

## 1. OPIS PREDMETA

### 1.1. Ciljevi predmeta

Cilj kolegija je osposobiti studente za razumijevanje koncepta brenda (marke proizvoda), te primjene koncepta brandinga u praksi.

### 1.2. Uvjeti za upis predmeta

Nema uvjeta za upis kolegija

### 1.3. Očekivani ishodi učenja za predmet

1. Analizirati i argumentirati temeljne pojmove iz područja brandinga
2. Analizirati i vrednovati elemente procesa brandinga od prepoznavanja traženih vrijednosti na tržištu do izgradnje brenda.
3. Sintetizirati sve elemente koncepta brandinga i kreirati rješenje primjene brenda u praksi
4. Analizirati i vrednovati mogućnosti primjene brenda u raznim područjima poslovanja.
5. Vrednovati mogućnost primjene koncepta brandinga u praksi

### 1.4. Sadržaj predmeta

1. Definicija brenda. Brend i nematerijalna imovina. Brend kao sastavnica proizvoda/usluge.
2. Značaj brenda. Karakteristike brenda.
3. Brendovi i razvoj odnosa s potrošačima. Evolucija brenda.
4. Brend i profitabilnost. Brend i proces donošenja odluke o kupnji.
5. Brend: dodane vrijednosti i simbolizam. Koncept brenda.
6. Brend kao strateški alat.
7. Troškovno orijentirani brendovi i brendovi usmjereni dodanim vrijednostima.
8. Karakteristike uspješnih brendova.
9. Dodatna tematska područja: Brand u uslužnim djelatnostima. Brand i konkurentska prednost. Maloprodajni brendovi ili trgovačke marke. Brand u B2B poslovanju. Brend i Internet.

### 1.5. Vrste izvođenja nastave

- |  |  |
|--|--|
| <input checked="" type="checkbox"/> predavanja             | <input checked="" type="checkbox"/> samostalni zadaci                |
| <input type="checkbox"/> seminari i radionice              | <input type="checkbox"/> multimedija i mreža                         |
| <input checked="" type="checkbox"/> vježbe                 | <input type="checkbox"/> laboratorij                                 |
| <input checked="" type="checkbox"/> obrazovanje na daljinu | <input type="checkbox"/> mentorski rad                               |
| <input type="checkbox"/> terenska nastava                  | <input checked="" type="checkbox"/> ostalo: Timski projektni zadatak |

1.6. <i>Komentari</i>																																																																																					
1.7. <i>Obveze studenata</i>																																																																																					
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Izrada i prezentacija kritičkog osvrta,</li> <li>• izrada i prezentacija timskog projektnog zadatka,</li> <li>• polaganje završnog ispita.</li> </ul>																																																																																					
1.8. <i>Ocjenjivanje, vrednovanje i praćenje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu</i>																																																																																					
<p>Moguća su dva oblika vrednovanja postignuća:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Kontinuirana provjera tijekom nastave</li> <li>- Pristupanje ispitu</li> </ul> <p>Kontinuirana provjera:</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>ishod</th> <th>Kritički osvrt /prezentacija</th> <th>Timski projektni zadatak /prezentacija</th> <th>Prag</th> <th>Max</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>I1</td> <td>-</td> <td>10%</td> <td>5%</td> <td>10%</td> </tr> <tr> <td>I2</td> <td>-</td> <td>20%</td> <td>10%</td> <td>20%</td> </tr> <tr> <td>I3</td> <td>-</td> <td>40%</td> <td>20%</td> <td>40%</td> </tr> <tr> <td>I4</td> <td>30%</td> <td>-</td> <td>15%</td> <td>30%</td> </tr> <tr> <td>I5</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>Udio u ECTS</td> <td>1,2</td> <td>2,8</td> <td></td> <td>4</td> </tr> <tr> <td>Ukupno</td> <td>30%</td> <td>70%</td> <td>50%</td> <td>100%</td> </tr> </tbody> </table> <p>Ispitni rok:</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>ishod</th> <th>Pismeni ispit</th> <th>Prag</th> <th>Max</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>I1</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>I2</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>I3</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>I4</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>I5</td> <td>100%</td> <td>50%</td> <td>100%</td> </tr> <tr> <td>Udio u ECTS</td> <td>4</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Ukupno</td> <td>100%</td> <td>50%</td> <td>100%</td> </tr> </tbody> </table> <p>Student je položio predmet ako je za svaki ishod učenja ostvario postotak bodova koji je veći ili jednak definiranom pragu.</p> <p>Preduvjet pristupa ispitu je izrada i prezentacija kritičkog osvrta i timskog projektnog zadatka.</p> <p>Položeni ishod učenja kroz kontinuiranu provjeru ili kroz ispitni rok „vrijedi“ do ponovnog izvođenja kolegija, nakon čega se ponovno polaže.</p> <p>Ocjenjivanje ispita:</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Raspon bodova</th> <th>Ocjena ispita</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>0,00-49,99</td> <td>nedovoljan (1)</td> </tr> <tr> <td>50,00-59,99</td> <td>dovoljan (2)</td> </tr> <tr> <td>60,00-74,99</td> <td>dobar (3)</td> </tr> <tr> <td>75,00-89,99</td> <td>vrlo dobar (4)</td> </tr> <tr> <td>90,00-100,00</td> <td>izvrstan (5)</td> </tr> </tbody> </table>		ishod	Kritički osvrt /prezentacija	Timski projektni zadatak /prezentacija	Prag	Max	I1	-	10%	5%	10%	I2	-	20%	10%	20%	I3	-	40%	20%	40%	I4	30%	-	15%	30%	I5	-	-	-	-	Udio u ECTS	1,2	2,8		4	Ukupno	30%	70%	50%	100%	ishod	Pismeni ispit	Prag	Max	I1	-	-	-	I2	-	-	-	I3	-	-	-	I4	-	-	-	I5	100%	50%	100%	Udio u ECTS	4			Ukupno	100%	50%	100%	Raspon bodova	Ocjena ispita	0,00-49,99	nedovoljan (1)	50,00-59,99	dovoljan (2)	60,00-74,99	dobar (3)	75,00-89,99	vrlo dobar (4)	90,00-100,00	izvrstan (5)
ishod	Kritički osvrt /prezentacija	Timski projektni zadatak /prezentacija	Prag	Max																																																																																	
I1	-	10%	5%	10%																																																																																	
I2	-	20%	10%	20%																																																																																	
I3	-	40%	20%	40%																																																																																	
I4	30%	-	15%	30%																																																																																	
I5	-	-	-	-																																																																																	
Udio u ECTS	1,2	2,8		4																																																																																	
Ukupno	30%	70%	50%	100%																																																																																	
ishod	Pismeni ispit	Prag	Max																																																																																		
I1	-	-	-																																																																																		
I2	-	-	-																																																																																		
I3	-	-	-																																																																																		
I4	-	-	-																																																																																		
I5	100%	50%	100%																																																																																		
Udio u ECTS	4																																																																																				
Ukupno	100%	50%	100%																																																																																		
Raspon bodova	Ocjena ispita																																																																																				
0,00-49,99	nedovoljan (1)																																																																																				
50,00-59,99	dovoljan (2)																																																																																				
60,00-74,99	dobar (3)																																																																																				
75,00-89,99	vrlo dobar (4)																																																																																				
90,00-100,00	izvrstan (5)																																																																																				
1.9. <i>Obvezatna literatura</i>																																																																																					
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Marjanović, B.: „Brendiranje proizvoda i usluga“, materijali s predavanja - elektronički oblik, ak. god. 2019./2020.</li> <li>2. de Chernatony, L., McDonald M., and Wallace, E. Creating Powerful Brands, 4th edition. Butterworth-Heinemann. 2011. (odabrana poglavlja)</li> <li>3. Pavlek, Z.: Branding: kako izgraditi najbolju marku. Zagreb: MEP consult, 2008. (odabrana poglavlja)</li> </ol>																																																																																					

1.10. Dopunska literatura

1.11. Broj primjeraka obvezatne literature u odnosu na broj studenata koji trenutačno pohađaju nastavu na predmetu

<i>Naslov</i>	<i>Broj primjeraka</i>	<i>Broj studenata</i>
de Chernatony, L., McDonald M., and Wallace, E. Creating Powerful Brands, 4th edition. Butterworth-Heinemann. 2011.	2	15
Pavlek, Z.: Branding: kako izgraditi najbolju marku. Zagreb: MEP consult, 2008	1	15

1.12. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija

Evaluacija nastave, studentska anketa



Nositelj predmeta	Doc. dr. sc. Mario Bogdanović, prof. v. šk.	
Naziv predmeta	Komunikacijske vještine	
Studijski program	Specijalistički diplomski stručni studij „Kreativni menadžment u procesima“	
Status predmeta	Obavezni	
Godina	1/II	
Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave	ECTS koeficijent opterećenja studenata	4
	Broj sati (P+V+S)	30+0+15

## 6. OPIS PREDMETA

### 1.13. Ciljevi predmeta

Ciljevi kolegija su: a) pružanje teorijskih i primjenjivih komunikacijskih znanja iz domene djelotvorne komunikacije u profesionalnom i akademskom životu; b) razvoj pojedinih komunikacijskih vještina

### 1.14. Uvjeti za upis predmeta

Nema

### 1.15. Očekivani ishodi učenja za predmet

1. Opisati i razumjeti osnovna komunikacijska znanja (definicija, karakteristike, funkcije, komunikacijske oblike, komunikacijske barijere, komunikacijski proces, djelotvornu komunikaciju)
2. Opisati, razumjeti i primijeniti znanja pojedinih komunikacijskih vještina (od komunikacijske vještine slušanja i aktivnog slušanja do vještine funkcionalnog pisanja)
3. Prepoznati uobičajene probleme koji mogu nastati u komunikacijskom procesu te pokazati znanje vještina kako bi se navedeni problemi prevladali/ublažili.
4. Pokazati povećanu svjesnost o različitim komunikacijskim oblicima u kontekstu (ne)prihvatljivog socijalnog ponašanja
5. Prepoznati i koristiti heuristike i strategije za upravljanje specifičnim komunikacijskim kontekstima

### 1.16. Sadržaj predmeta

1. Uvod u kolegij i način rada na kolegiju, osnove komunikacije i komunikacijskog procesa
2. Vještine slušanja i aktivnog slušanja
3. Vještine neverbalne komunikacije
4. Vještine pružanja konstruktivne povratne informacije
5. Vještine postavljanja pitanja
6. Prezentacijske vještine
7. Vještine čitanja
8. Vještine hvatanja/vođenja bilješki
9. Vještine pisanja
10. Vještina dokumentiranja/citiranja
11. Vještine funkcionalnog pisanja za potrebe profesionalnog i akademskog života (službeni dopisi, e-mailovi, CV, izvještaji, poslovni plan)
12. Vještine pregovaranja

1.17. Vrste izvođenja nastave	<input checked="" type="checkbox"/> predavanja <input checked="" type="checkbox"/> seminari i radionice <input type="checkbox"/> vježbe <input checked="" type="checkbox"/> obrazovanje na daljinu <input type="checkbox"/> terenska nastava	<input checked="" type="checkbox"/> samostalni zadaci <input type="checkbox"/> multimedija i mreža <input type="checkbox"/> laboratorij <input type="checkbox"/> mentorski rad <input checked="" type="checkbox"/> diskusije <hr/>
-------------------------------	--	---

1.18. Komentari

1.19. Obveze studenata

- Izraditi 5 domaćih zadaća iz ciljnih komunikacijskih vještina tijekom nastave
- Izraditi i prezentirati seminarski rad iz područja komunikacijskih vještina
- Položiti teoriju

1.20. Ocjenjivanje, vrednovanje i praćenje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu

Kontinuirana provjera:

Ishod	Aktivnosti na nastavi	Domaće zadaće	Seminar /prezentacija	Usmena provjera tijekom nastave	Prag	Max
I1	2%	2%	4%	10%	9%	18%
I2	2%	4%	10%	4%	10%	20%
I3	2%	6%	10%	4%	11%	22%
I4	2%	4%	10%	6%	11%	22%
I5	2%	4%	6%	6%	9%	18%
Udio u ECTS	0,4	0,8	1,6	1,2		4
Ukupno	10%	20%	40%	30%	50%	100%

Ispitni rok:

Ishod	Seminarski rad	Usmeni ispit	Prag	Max
I1	4%	20%	12%	24%
I2	10%	10%	10%	20%
I3	10%	10%	10%	20%
I4	10%	10%	10%	20%
I5	6%	10%	8%	16%
Udio u ECTS	1,6	2,4		4
Ukupno	40%	60%	50%	100%

Ocjenjivanje ispita:

Raspon bodova	Ocjena ispita
0,00-49,99	nedovoljan (1)
50,00-59,99	dovoljan (2)
60,00-74,99	dobar (3)
75,00-89,99	vrlo dobar (4)
90,00-100,00	izvrstan (5)

1.21. Obvezatna literatura

1. Materijali sa e-učenja.
2. Borg, J. (2010). Moć uvjeravanja (prijevod izvornika „Persuasion“ James Borg 2004, 2007 published by arrangement with Pearson Education Ltd.), Zagreb: VEBLE commerce. (Odabrana poglavlja)

3. Dixon, T., O'Hara, M. (2002). Communication Skills-making Practice-Based Learning Work, Univesity of Ulster. Dostupno na: [http://cw.routledge.com/textbooks/9780415537902/data/learning/11\\_Communication%20Skills.pdf](http://cw.routledge.com/textbooks/9780415537902/data/learning/11_Communication%20Skills.pdf) (Odabrana poglavlja)

### 1.22. Dopunska literatura

1. Levi, D.(2014). Group Dynamics for TEAMS, Los Angeles-London-New Delhy-Singapore-Washington DC: SAGE Publications, Inc. (Fourth Edition) (Poglavlja: 5. Komunikacija)
2. Wambui, T.W. Kibui, W.A. Gathuthi, E (2012). Communication skills, vol.I-Students Coursebook, Saarbrücken: LAP LAMBERT Academic Publishing, Deutschland.
3. Hall, J. (2010). Neverbalna komunikacija u ljudskoj interakciji, Zagreb: Naklada Slap.
4. Borg, J. (2009). Govor tijela, Zagreb: Veble commerce.
5. Shaikh Misbahudin, S. Communication skills, Shri Manilal Kadakia College of Management & Computer Studies, Ankleshwar. Dostupno na: [http://kadakiaeducation.edu.in/Course/BCA/Course%20Material/Communication\\_Skills.pdf](http://kadakiaeducation.edu.in/Course/BCA/Course%20Material/Communication_Skills.pdf)
6. Jha, S.K., Malik, M. Communication skills, NDRI Karnal. Dostupno na: <http://www.agrimoon.com/wp-content/uploads/COMMUNICATION-SKILLS.pdf>

### 1.23. Broj primjeraka obvezatne literature u odnosu na broj studenata koji trenutačno pohađaju nastavu na predmetu

Naslov	Broj primjeraka	Broj studenata
Borg, J. (2010). Moć uvjeravanja (prijevod izvornika „Persuasion“ James Borg 2004, 2007 published by arrangement with Pearson Education Ltd), Zagreb: VEBLE commerce.	1	20
Dixon, T., O'Hara, M. (2002). Communication Skills-making Practice-Based Learning Work, Univesity of Ulster. Dostupno na: <a href="http://cw.routledge.com/textbooks/9780415537902/data/learning/11_Communication%20Skills.pdf">http://cw.routledge.com/textbooks/9780415537902/data/learning/11_Communication%20Skills.pdf</a>	Neograničeno (u elektroničkom obliku)	20

### 1.24. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija

Evaluacije nastave; studentska anketa



Nositelj predmeta	<b>Mr.sc. Albert Mendica, pred.</b>	
Naziv predmeta	<b>Menadžment kvalitete usluga</b>	
Studijski program	<b>Kreativni menadžment u procesima</b>	
Status predmeta	obvezni	
Godina	1/II	
Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave	ECTS koeficijent opterećenja studenata	4
	Broj sati (P+V+S)	30+0+15

## 7. OPIS PREDMETA

### 1.25. Ciljevi predmeta

Cilj predmeta je razviti vještine potrebne za upravljanje kvalitetom u svim procesima pripreme, nabave, stvaranja i pružanja usluge. Odrednice potpunog upravljanja kvalitetom trebaju bit jasni svim učesnicima u procesu pružanja usluge s ciljem zadovoljenja potreba gosta. Studentima će se kroz razne teorijske osnove i primjere iz prakse približiti važnost pružanja kvalitete s ciljem da ona postane ne samo način pružanja usluge, već u pravom smislu riječi i način življenja i djelovanja.

### 1.26. Uvjeti za upis predmeta

Nema uvjeta za upis kolegija

### 1.27. Očekivani ishodi učenja za predmet

1. Utvrditi važnost kvalitete usluga i zadovoljstva kupca
2. Razlikovati i klasificirati suvremene oblike menadžmenta
3. Povezati pojmove poput izvrsnosti, potpunog upravljanja kvalitetom, standardizacija, nacionalne i međunarodne norme te kontrola kvalitete.
4. Argumentirati značaj kvalitete kao konkurentske prednosti i povezat pojmove: ISO, Benchmarking, hrvatska kvaliteta, kontrolirano porijeklo i ostala obilježja koji označavaju kvalitetu.
5. Kreirati i predložiti sustav upravljanja kvalitetom

### 1.28. Sadržaj predmeta

1. Suvremeni oblici menadžmenta
2. Definiranje kvalitete
3. Razvoj sustava upravljanja kvalitetom
4. Ciljevi „TQM“ – Total quality menadžmenta
5. Načela upravljanja kvalitetom
6. Elementi kvalitete
7. Upravljanje kvalitetom u proizvodnim i uslužnim djelatnostima
8. Međunarodne i nacionalne norme kvalitete
9. Značaj zaštite okoliša i „pro eco“ pristupa  
Benchmarking i kvaliteta destinacije

### 1.29. Vrste izvođenja nastave

predavanja  
 seminari i radionice  
 vježbe

samostalni zadaci  
 multimedija i mreža  
 laboratorij  
 mentorski rad  
 ostalo

	<input checked="" type="checkbox"/> obrazovanje na daljinu <input type="checkbox"/> terenska nastava	<input checked="" type="checkbox"/> diskusije _____			
1.30. Komentari					
1.31. Obveze studenata					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Izraditi jedan zadatak – analiza slučaja iz prakse</li> <li>- Analiza, kritičko preispitivanje informacija i prezentacija rada</li> </ul>					
1.32. Ocjenjivanje, vrednovanje i praćenje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu					
<p>Dva su oblika vrednovanja postignuća:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- kontinuirana provjera tijekom nastave</li> <li>- pristupanje ispitu</li> </ul>					
Kontinuirana provjera:					
ishod	Aktivnosti na nastavi	Radionica Zadatak 1	Seminar /prezentacija	Prag	Max
I1	6%			3%	6%
I2	6%			3%	6%
I3	6%	10%	10%	13%	26%
I4	6%	10%	10%	13%	26%
I5	6%	10%	20%	18%	36%
Udio u ECTS	1,2	1,2	1,6		4
Ukupno	30%	30%	40%	50%	100%
Ispitni rok:					
ishod	Seminar / prezentacija	Usmeni ispit	Prag	Max	
I1		12%	6%	12%	
I2		12%	6%	12%	
I3	10%	12%	11%	22%	
I4	10%	12%	11%	22%	
I5	20%	12%	16%	32%	
Udio u ECTS	1,6	2,4		4	
Ukupno	40%	60%	50%	100%	
<p>Student je položio predmet ako je za svaki ishod učenja ostvario postotak bodova koji je veći ili jednak definiranom pragu. Ishode koje student ne položi tijekom kontinuirane provjere, polagat će na ispitnom roku.</p>					
Ocjenjivanje ispita:					
Raspon bodova		Ocjena ispita			
0,00-49,99		nedovoljan (1)			
50,00-59,99		dovoljan (2)			
60,00-74,99		dobar (3)			
75,00-89,99		vrlo dobar (4)			
90,00-100,00		izvrstan (5)			
1.33. Obvezatna literatura					
<p>Lazibat T.: Upravljanje kvalitetom, 2009. M.E.P. Zagreb          Oslić I.: Kvaliteta i poslovna izvrsnost, 2008. M.E.P. Zagreb          Skoko, H.: Upravljanje kvalitetom, 2000. Sinergija, Zagreb.</p>					



#### 1.34. Dopunska literatura

Cerović, Z.: Hotelski menadžment, 2003. Fakultet za turistički i hotelski menadžment, Opatija  
Šiško Kuliš, M., Grubišić, D., Upravljanje kvalitetom, 2010, Sveučilište u Splitu, Split

#### 1.35. Broj primjeraka obvezatne literature u odnosu na broj studenata koji trenutačno pohađaju nastavu na predmetu

<i>Naslov</i>	<i>Broj primjeraka</i>	<i>Broj studenata</i>
Lazibat T.: Upravljanje kvalitetom, 2009. M.E.P. Zagreb	7	15
Oslić I.: Kvaliteta i poslovna izvrsnost, 2008. M.E.P. Zagreb	5	15
Skoko, H.: Upravljanje kvalitetom, 2000. Sinergija, Zagreb.	5	15

#### 1.36. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija

Evaluacija nastave, studentska anketa



Nositelj predmeta	<b>Mr. sc. Andrea Vareško, pred.</b>	
Naziv predmeta	<b>Projektni menadžment</b>	
Studijski program	<b>Specijalistički diplomski studij Kreativni menadžment u procesima</b>	
Status predmeta	Obvezni	
Godina	1/II	
Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave	ECTS koeficijent opterećenja studenata	8
	Broj sati (P+V+S)	45+30+0

## 8. OPIS PREDMETA

### 1.37. Ciljevi predmeta

Cilj kolegija je razumjeti i usvojiti osnovne pojmove upravljanja projektima, te osposobiti studente za planiranje i izradu projekata, kao i za upravljanje jednostavnim projektima. Primjenom stečenog znanja, i vještina, pripremiti studente za vođenje i koordiniranje projektnih aktivnosti s ciljem uspješne implementacije projekta.

### 1.38. Uvjeti za upis predmeta

Nema

### 1.39. Očekivani ishodi učenja za predmet

1. Utvrditi osnovne elemente i obilježja projekata;
2. Utvrditi osnovne elemente i faze provođenja projekata;
3. Raspraviti i raščlaniti osnovne korake u planiranju i izradi projekata;
4. Povezati tehnike u upravljanju projektima i projektnim aktivnostima;
5. Kreirati i predložiti projektnu prijavu, proračun projekta, te metode kvalitetnog upravljanja istim

### 1.40. Sadržaj predmeta

- Osnovni pojmovi:
1. Definicija projekta i upravljanja projektom;
  2. Osnovni pojmovi;
  3. Obilježja ciljeva projekta;
  4. Elementi upravljanja projektom;
  5. Faze vođenja projekta;
  6. Životni ciklus projekta;
  7. Područja upravljanja projektom;
  8. Obilježja EU projekata;
  9. Prijava projekata na programe EU fondova.;
  10. Upravljanje EU projektima

### 1.41. Vrste izvođenja nastave

- predavanja  
 seminari i radionice  
 vježbe  
 obrazovanje na daljinu  
 terenska nastava

- samostalni zadaci  
 multimedija i mreža  
 laboratorij  
 mentorski rad  
 ostalo

#### 1.42. Komentari

#### 1.43. Obveze studenata

- Pohađanje predavanja.
- Aktivno sudjelovanje u izradi i prezentaciji 2 vježbe
- Izraditi jednu projektu prijavu

#### 1.44. Ocjenjivanje, vrednovanje i praćenje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu

Moguća su dva oblika vrednovanja postignuća:

- Kontinuirana provjera tijekom nastave
- Pristupanje ispitu

Kontinuirana provjera:

ishod	Aktivnosti na nastavi	Vježba 1	Vježba 2	Izrada projektne prijave	Prag	Max
I1	3%	7%			5%	10%
I2	3%	7%			5%	10%
I3	3%		7%		5%	10%
I4	5%		9%		7%	14%
I5				56%	23%	56%
Udio u ECTS	1,1	1,1	1,7	4,1		8
Ukupno	14%	14%	16%	56%	50%	100%

Ispitni rok:

ishod	Izrada projektne prijave	Usmeni ispit	Prag	Max
I1		10%	5%	10%
I2		10%	5%	10%
I3		10%	5%	10%
I4		14%	7%	14%
I5	56%		23%	56%
Udio u ECTS	4,1	3,9		8
Ukupno	56%	44%	50%	100%

Ocjenjivanje ispita:

Raspon bodova	Ocjena ispita
0,00-49,99	nedovoljan (1)
50,00-59,99	dovoljan (2)
60,00-74,99	dobar (3)
75,00-89,99	vrlo dobar (4)
90,00-100,00	izvrstan (5)

#### 1.45. Obvezatna literatura

- Materijali sa e-učenja
- Dujanić, M. Projektni menadžment. Rijeka : Veleučilište, 2010.

#### 1.46. Dopunska literatura

- Zekić, Z. Projektni menadžment : upravljanje razvojnim promjenama. Rijeka : Ekonomski fakultet ; Opatija : Conefing grupa, 2010.

- Omazić, M.A. Projektni menadžment. Zagreb : Sinergija nakladništvo, 2005.

*1.47. Broj primjeraka obvezatne literature u odnosu na broj studenata koji trenutačno pohađaju nastavu na predmetu*

<i>Naslov</i>	<i>Broj primjeraka</i>	<i>Broj studenata</i>
- Dujanić, M. Projektni menadžment. Rijeka : Veleučilište, 2010.	3	15

*1.48. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija*

Evaluacija nastave, studentska anketa



Nositelj predmeta	<b>Sanja Grbac Babić, v.pred.</b> <b>Dino Krivičić, asistent</b>	
Naziv predmeta	<b>Računalne vještine</b>	
Studijski program	<b>Specijalistički diplomski stručni studij Kreativni menadžment u procesima</b>	
Status predmeta	Obavezan	
Godina	1/II	
Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave	ECTS koeficijent opterećenja studenata	4
	Broj sati (P+V+S)	15+0+30

## 9. OPIS PREDMETA

### 1.49. Ciljevi predmeta

Nakon odslušanog i položenog predmeta studenti su osposobljeni za primjenu računalnih vještina koje omogućavaju uspješnu primjenu informacijskih sustava u poslovne svrhe, kao i u svrhu rješavanja problema u različitim poslovnim okruženjima.

### 1.50. Uvjeti za upis predmeta

Nema uvjeta za upis kolegija.

### 1.51. Očekivani ishodi učenja za predmet

1. Pripremiti radno mjesto vodeći računa o računalnoj, programskoj i radnoj okolini.
2. Upotrijebiti programske alate za obradu teksta, proračunske tablice, jednostavne baze podataka, multimedijalne prezentacije, komunikaciju i suradnju.
3. Valorizirati aktualne web tehnologijama.
4. Identificirati vrstu i konfiguraciju mreže te opasnosti od zlouporabe informacijske tehnologije i daljinskog prijenosa podataka.
5. Identificirati, specificirati i analizirati informacijski sustav i njegove podsustave.

### 1.52. Sadržaj predmeta

Uvod u informacijske sustave, svrha, funkcija i struktura.  
2Komponente informacijskog sustava, hardware, software, netware, dataware, lifeware, orgware.  
Obrada teksta. Proračunske tablice. Jednostavne baze podataka. Multimedijalne prezentacije  
Web tehnologije. Komunikacija i kolaboracija.

### 1.53. Vrste izvođenja nastave

- |   |   |
|---|---|
| <input checked="" type="checkbox"/> predavanja  | <input checked="" type="checkbox"/> samostalni zadaci   |
| <input type="checkbox"/> seminari i radionice   | <input checked="" type="checkbox"/> multimedija i mreža |
| <input checked="" type="checkbox"/> vježbe      | <input checked="" type="checkbox"/> laboratorij         |
| <input type="checkbox"/> obrazovanje na daljinu | <input checked="" type="checkbox"/> mentorski rad       |
| <input type="checkbox"/> terenska nastava       | <input type="checkbox"/> ostalo                         |
|   | _____   |

### 1.54. Komentari

### 1.55. Obveze studenata

- redovno dolaziti i aktivno sudjelovati na predavanjima i vježbama ,
- izraditi, prezentirati i obraniti projektni zadatak,

1.56. Ocjenjivanje, vrednovanje i praćenje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu

Kontinuirana provjera:

ishod	Aktivnosti na nastavi	Radionice	Projektni zadatak i prezentacija	Prag	Max
I1	3%	5%	10%	9%	18%
I2	10%	10%	40%	30%	60%
I3	7%			3,5%	7%
I4			10%	5%	10%
I5		5%		2,5%	5%
Udio u ECTS	0,8	0,8	2,4		4
Ukupno	20%	20%	60%	50%	100%

Student je položio predmet ako je za svaki ishod učenja ostvario postotak bodova koji je veći i jednak definiranom pragu. Ishode koje student ne položi tijekom kontinuirane provjere, polagat će na ispitnom roku.

Ispitni rok:

ishod	Usmeni ispit	Prag	Max
I1	18%	9%	18%
I2	60%	30%	60%
I3	7%	3,5%	7%
I4	10%	5%	10%
I5	5%	2,5%	5%
Udio u ECTS			4
Ukupno	100%	50%	100%

Student je položio predmet ako je za svaki ishod učenja ostvario postotak bodova koji je veći i jednak definiranom pragu.

Položeni ishod učenja kroz kontinuiranu provjeru ili kroz ispitni rok „vrijedi“ jednu kalendarsku godinu, nakon čega se ponovno polaže.

Ocjenjivanje ispita:

Raspon bodova	Ocjena ispita
0,00-49,99	nedovoljan (1)
50,00-59,99	dovoljan (2)
60,00-74,99	dobar (3)
75,00-89,99	vrlo dobar (4)
90,00-100,00	izvrstan (5)

1.57. Obvezatna literatura

- Kralj, D. Primjena računala, Karlovac, 2018. - dostupno online
- Materijali sa predavanja i vježbi – dostupno putem e-učenja sustava Merlin

1.58. Dopunska literatura

- <https://www.dit.ie/aadlt/ictservices/staffitservices/ittraining/resources/>

1.59. Broj primjeraka obvezatne literature u odnosu na broj studenata koji trenutačno pohađaju nastavu na predmetu

Naslov	Broj primjeraka	Broj studenata
Kralj, D. Primjena računala, Karlovac, 2018. - dostupno online	online	

• Materijali sa predavanja i vježbi – dostupno putem e-učenja sustava Merlin	online	
<i>1.60. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija</i>		
Evaluacija nastave, studentska anketa.		



Nositelj predmeta	Izv.prof.dr.sc. Ticijan Peruško	
Naziv predmeta	UPRAVLJAČKO RAČUNOVODSTVO	
Studijski program	Specijalistički diplomski studij: Kreativni menadžment u procesima	
Status predmeta	Obavezan	
Godina	1/II	
Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave	ECTS koeficijent opterećenja studenata	4
	Broj sati (P+V+S)	30P + 15V+0S

## 10. OPIS PREDMETA

### 1.61. Ciljevi predmeta

Usvojiti metode i specifičnosti obuhvata upravljačkog računovodstva u poslovnom subjektu, te uspostaviti odgovarajući sustav za donošenje poslovnih odluka i kontrolu uspješnosti poslovanja.

### 1.62. Uvjeti za upis predmeta

Nema preduvjeta

### 1.63. Očekivani ishodi učenja za predmet

1. Klasificirati troškove za potrebe upravljanja
2. Utvrditi stanje poslovne uspješnosti poduzeća i kreirati prijedloge poboljšanja poslovanja
3. Kreirati centre odgovornosti u poduzeću
4. Izraditi poslovne planove poduzeća
5. Donositi odluke o kapitalnim investicijama

### 1.64. Sadržaj predmeta

1. Klasifikacija troškova za potrebe upravljanja
2. Analiza općih troškova proizvodnje
3. Vrednovanje zaliha proizvodnje i gotovih proizvoda
4. Primjena sustava obračuna troškova
5. Analiza točke pokrića
6. Koncept relevantnih informacija i inkrementalna analiza
7. Metode određivanja cijena
8. Primjena sustava standardnih troškova
9. Poslovno planiranje u poduzeću
10. Fleksibilni proračun i centri odgovornosti

### 10.1. Vrste izvođenja nastave

- |   |  |
|---|--|
| <input checked="" type="checkbox"/> predavanja  | <input type="checkbox"/> samostalni zadaci   |
| <input type="checkbox"/> seminari i radionice   | <input type="checkbox"/> multimedija i mreža |
| <input checked="" type="checkbox"/> vježbe      | <input type="checkbox"/> laboratorij         |
| <input type="checkbox"/> obrazovanje na daljinu | <input type="checkbox"/> mentorski rad       |
| <input type="checkbox"/> terenska nastava       | <input type="checkbox"/> ostalo              |
|   | _____  |

### 10.2. Komentari



### 10.3. Obveze studenata

- Pohađati nastavu
- Izraditi seminarski rad
- Položiti pisani ispit
- Položiti usmeni ispit

### 10.4. Ocjenjivanje, vrednovanje i praćenje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu

#### Kontinuirana provjera:

ishod	Aktivnosti na nastavi	Radionica	Seminar /prezentacija	Prag	Max
I1	6%		15%	10,5%	21%
I2	6%		18%	12%	24%
I3	6%		11%	8,5%	17%
I4	6%		15%	10,5%	21%
I5	6%		11%	8,5%	17%
Udio u ECTS	1,2		2,8		4
Ukupno	30%		70%	50%	100%

#### Ispitni rok:

ishod	Pisмени ispit	Usmeni ispit	Prag	Max
I1	12%	8%	10%	20%
I2	12%	8%	10%	20%
I3	12%	8%	10%	20%
I4	12%	8%	10%	20%
I5	12%	8%	10%	20%
Udio u ECTS	2,4	1,6		4
Ukupno	60%	40%		100%

Student je položio predmet ako je za svaki ishod učenja ostvario postotak bodova koji je veći ili jednak definiranom pragu.

#### Ocjenjivanje ispita:

Raspon bodova	Ocjena ispita
0,00-49,99	nedovoljan (1)
50,00-59,99	dovoljan (2)
60,00-74,99	doobar (3)
75,00-89,99	vrlo doobar (4)
90,00-100,00	izvrstan (5)

### 10.5. Obvezatna literatura

1. Broz Tominac, S.; Dragija, M., Hladika, M., Mićin, M., „Upravljačko računovodstvo- studija slučajeva“, Hrvatska zajednica računovođa i financijskih djelatnika, Zagreb, 2015.
2. Gulin, D., Janković, S., Dražić Lutisky, I., i dr.: „Upravljačko računovodstvo“, Hrvatska zajednica računovođa i financijskih djelatnika, Zagreb, 2011. 47 –259; 265 –450

### 10.6. Dopunska literatura

1. Belak, V.: „Menadžersko računovodstvo“, RRiF Zagreb, 1995.g.
2. Chadwick, L.: „Osnove upravljačkog računovodstva ,2. Izdanje“, Impresum Zagreb: Nakladnička kuća Mate, 2000 g.

### 10.7. Broj primjeraka obvezatne literature u odnosu na broj studenata koji trenutačno pohađaju nastavu na predmetu

Naslov	Broj primjeraka	Broj studenata
Broz Tominac, S.; Dragija, M., Hladika, M., Mićin, M., „Upravljačko računovodstvo- studija	5	15

slučajeva“, Hrvatska zajednica računovođa i financijskih djelatnika, Zagreb, 2015.		
<i>10.8. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija</i>		
Evaluacija nastave, studentska anketa		



Nositelj predmeta	Miško Macolić Tomičić, pred.	
Naziv predmeta	Digitalni marketing	
Studijski program	Specijalistički diplomski stručni studij Kreativni menadžment u procesima - izvanredni	
Status predmeta	Izborni	
Godina	2	
Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave	ECTS koeficijent opterećenja studenata	4
	Broj sati (P+V+S)	15+0+15

## 11. OPIS PREDMETA

### 1.65. Ciljevi predmeta

Cilj kolegija je razumjeti i usvojiti osnovne pojmove i koncepte digitalnog marketinga te osposobiti studente za samostalnu primjenu marketinške komunikacije alatima digitalnog marketinga.

### 1.66. Uvjeti za upis predmeta

Nema uvjeta za upis kolegija

### 1.67. Očekivani ishodi učenja za predmet

1. Prepoznati i analizirati temeljne pojmove i procese digitalnog marketinga.
2. Analizirati i vrednovati značaj primjene informacijskih tehnologija u marketinškoj komunikaciji.
3. Analizirati i vrednovati značaj i mogućnosti primjene alata digitalnog marketinga u praksi.
4. Oblikovati i vrednovati komunikacijske pristupe i rješenja pomoću alata digitalnog marketinga.
5. Usporediti i kritički prosuditi dobivena operativna komunikacijska rješenja i ocijeniti vrijednost njihove primjene u praksi.

### 1.68. Sadržaj predmeta

1. Uvod u digitalni marketing
  2. Marketinška komunikacija
  3. Informacijske tehnologije
  4. Primjena informacijskih tehnologija u marketingu
  5. Ponašanje potrošača u digitalno doba
  6. Poveznica marketinškog planiranja i digitalnog marketinga
  7. Alati digitalnog marketinga - SEO, društvene mreže, oglašavanje na društvenim mrežama, digitalno oglašavanje, sadržajni marketing, *e-mail* marketing, *e-commerce*, *web* stranice, *newsletter* (bilten)
  8. Operativni digitalni komunikacijski plan. Obrana timskog projektnog zadatka.
- Vježbe prate teme predavanja.

### 1.69. Vrste izvođenja nastave

predavanja  
 seminari i radionice  
 vježbe

samostalni zadatci  
 multimedija i mreža  
 laboratorij  
 mentorski rad

	<input checked="" type="checkbox"/> obrazovanje na daljinu <input type="checkbox"/> terenska nastava	<input checked="" type="checkbox"/> ostalo Timski projektni zadatak		
1.70. Komentari				
1.71. Obveze studenata				
Aktivno sudjelovanje, izrada i prezentacija kritičkog osvrta i timskog projektnog zadatka. Polaganje završnog ispita.				
1.72. Ocjenjivanje, vrednovanje i praćenje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu				
Kontinuirana provjera:				
ishod	Kritički osvrt /prezentacija	Timski projektni zadatak /prezentacija	Prag	Max
I1	-	10 %	5 %	10 %
I2	30 %	-	15 %	30 %
I3	-	20 %	10 %	20 %
I4	-	30 %	15 %	30 %
I5	10%	-	5%	10%
Udio u ECTS	0,8	1,2		2
Ukupno	40 %	60 %	50 %	100 %
Ispitni rok:				
ishod	Usmeni ispit	Prag	Max	
I1	-	-	-	
I2	-	-	-	
I3	-	-	-	
I4	-	-	-	
I5	100 %	50%	100%	
Udio u ECTS	2		2	
Ukupno	100 %	50 %	100 %	
Ocjenjivanje ispita:				
Raspon bodova		Ocjena ispita		
0,00 - 49,99		nedovoljan (1)		
50,00 - 59,99		dovoljan (2)		
60,00 - 74,99		dobar (3)		
75,00 - 89,99		vrlo dobar (4)		
90,00 - 100,00		izvrstan (5)		
1.73. Obvezatna literatura				
1. Macolić – Tomičić, Miško: materjali s predavanja - elektronički oblik, ak. god. 2021./2022. 2. Palić, Marijan: Atomski marketing, M.E.P., Zagreb, 2019. 3. Ružić, Drago: E-marketing, Ekonomski fakultet Osijek, Osijek, 2014				
1.74. Dopunska literatura				
1. Oxford Learning Lab: Social Media for Business Growth: The Definite Guide to Improve Your Business using Social Media. Kindle Edition, 2017.				
1.75. Broj primjeraka obvezatne literature u odnosu na broj studenata koji trenutno pohađaju nastavu na predmetu				

<i>Naslov</i>	<i>Broj primjeraka</i>	<i>Broj studenata</i>
Palić, Marijan: Atomski marketing, M.E.P., Zagreb, 2019.	5	15
Ružić, Drago: E-marketing, Ekonomski fakultet Osijek, Osijek, 2014	5	15
<i>1.76. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija</i>		
Evaluacija nastave; studentska anketa		



Nositelj predmeta	dr.sc. Boris Marjanović, v.pred. David Košara, asistent	
Naziv predmeta	Uvod u ponašanje potrošača	
Studijski program	Specijalistički diplomski studij: Kreativni menadžment u procesima	
Status predmeta	Izborni	
Godina	1/II	
Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave	ECTS koeficijent opterećenja studenata	2
	Broj sati (P+V+S)	15+0+15

## 12. OPIS PREDMETA

### 1.77. Ciljevi predmeta

Cilj kolegija je osposobiti studente za razumijevanje i prepoznavanje čimbenika koji utječu na ponašanje potrošača, razumijeti procese donošenja odluka i njegove faze, te kreirati marketinško rješenje za unaprjeđenje poslovanja s obizrom na kupovne navike potrošača

### 1.78. Uvjeti za upis predmeta

Nema uvjeta za upis predmeta

### 1.79. Očekivani ishodi učenja za predmet

1. Analizirati temeljne pojmove vezane uz ponašanje potrošača
2. Analizirati i vrednovati čimbenike (okruženje, psihološki procesi i individualni čimbenici) u procesu donošenja odluka
3. Analizirati i vrednovati elemente u procesu ponašanja potrošača te kreirati rješenje za unaprjeđenje poslovanja
4. Kritički prosuditi važnost čimbenika donošenja odluka u praksi

### 1.80. Sadržaj predmeta

1. Uvodno predavanje. Osnovni pojmovi ponašanja potrošača
2. Sudionici na tržištu. Proces i metode istraživanja tržišta
3. Segmentacija tržišta i modeli ponašanja potrošača
4. Utjecaj okruženja na ponašanje potrošača
5. Psihološki procesi i individualni čimbenici
6. Proces donošenja odluka: analiza faza i elemenata
7. Unaprjeđenje poslovanja – analiza plana  
Obrana timskog projektnog zadatka

### 1.81. Vrste izvođenja nastave

- predavanja
- seminari i radionice
- vježbe
- obrazovanje na daljinu
- terenska nastava

- samostalni zadaci
- multimedija i mreža
- laboratorij
- mentorski rad
- ostalo: Timski projektni zadatak

1.82. Komentari			
1.83. Obveze studenata			
<ul style="list-style-type: none"> <li>Izrada i prezentacija timskog projektnog zadatka</li> <li>Polagane završnog ispita</li> </ul>			
1.84. Ocjenjivanje, vrednovanje i praćenje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu			
Kontinuirana provjera:			
ishod	Timski projektni zadatak /prezentacija	Prag	Max
I1	10%	5%	10%
I2	20%	10%	20%
I3	50%	25%	50%
I4	20%	10%	20%
Udio u ECTS	2		2
Ukupno	100%	50%	100%
Ispitni rok:			
ishod	Pismeni ispit	Prag	Max
I1	-	-	-
I2	-	-	-
I3	-	-	-
I4	100%	50%	100%
Udio u ECTS	2		2
Ukupno	100%	50%	100%
Ocjenjivanje ispita:			
Raspon bodova		Ocjena ispita	
0,00-49,99		nedovoljan (1)	
50,00-59,99		dovoljan (2)	
60,00-74,99		dobar (3)	
75,00-89,99		vrlo dobar (4)	
90,00-100,00		izvrstan (5)	
1.85. Obvezatna literatura			
1. Materijali sa predavanja 2. Grbac, B. & Lončarić, D. (2010). Ponašanje potrošača na tržištu krajnje i poslovne potrošnje – osobitosti, reakcije, izazovi, ograničenja. Rijeka: Sveučilište u Rijeci, Ekonomski fakultet. Link za preuzimanje literature: <a href="https://repository.efri.uniri.hr/islandora/object/efri:2332">https://repository.efri.uniri.hr/islandora/object/efri:2332</a>			
1.86. Dopunska literatura			
1. Kesić, T. (2006). Ponašanje potrošača (2. izd.). Zagreb: Opinio.			
1.87. Broj primjeraka obvezatne literature u odnosu na broj studenata koji trenutačno pohađaju nastavu na predmetu			
Naslov	Broj primjeraka	Broj studenata	
Grbac, B. & Lončarić, D. (2010). Ponašanje potrošača na tržištu krajnje i poslovne potrošnje – osobitosti, reakcije, izazovi, ograničenja. Rijeka: Sveučilište u Rijeci, Ekonomski fakultet. Link za preuzimanje literature: <a href="https://repository.efri.uniri.hr/islandora/object/efri:2332">https://repository.efri.uniri.hr/islandora/object/efri:2332</a>	online		

1.88. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija

Evaluacija nastave, studentska anketa