

NAZIV KOLEGIJA	Osnove e-marketinga	
Studijski program	Stručni prijediplomski studij Poduzetništvo, modul Poduzetništvo	
Nositelj kolegija	Osobe koje ispunjavaju uvjete utvrđene Zakonom o visokom obrazovanju i znanstvenoj djelatnosti	
Status kolegija	Izborni	
Godina	3. godina (5.semestar)	
Bodovna vrijednost i oblik izvođenja nastave	ECTS koeficijent opterećenja studenata	3
	Broj sati (P+V+S)	30P+15S
OPIS KOLEGIJA		
<i>Ciljevi kolegija</i>		
<ul style="list-style-type: none"> • Upoznati studenta sa ključnim obilježjima te prednostima i nedostacima primjene e- marketinga. • Znati obrazložiti promjene u marketinškom spletu pod utjecajem ICT-tehnologije. 		
<i>Skupovi ishoda učenja, razine prema HKO, obujam te ishodi učenja</i>		
<i>Naziv skupa ishoda učenja: Osnove e-marketinga</i>	<i>Razina: 6</i>	<i>Obujam: 1 ECTS</i>
<i>Ishodi učenja:</i>		
IU1: Razlikovati osnovni pojmovni sustav elektroničkog marketinga. IU2: Opisati i kritički komentirati recentne trendove informacijskih i komunikacijskih tehnologija. IU3: Interpretirati marketinški značaj izdvojenih komunikacijskih alata u digitalnom okruženju. IU4: Analizirati ukupnost napora e-marketinga poslovnog subjekta. IU5: Razlikovati osnovne tehnike pretraživanja internetskog informacijskog prostora te preporučiti pristup u korištenju online tražilica i komunikacijskih platformi za prikupljanje željenih podataka.		
<i>Naziv skupa ishoda učenja: Splet e-marketinga</i>	<i>Razina: 6</i>	<i>Obujam: 2 ECTS</i>
<i>Ishodi učenja:</i>		
IU6: Komentirati obilježja spleta e-marketinga. IU7: Kritički analizirati osnovne promocijske tehnike u internetskom okruženju. IU8: Utvrditi mogućnosti izgradnje marke u internetskom okruženju.		
<i>Uvjeti za upis kolegija</i>		
Odslušan kolegij Osnove marketinga. Neformalni preporučeni uvjeti za kvalitetno praćenje nastave: poznavanje rada na računalu, korištenje interneta, poznavanje engleskog jezika te dobro pismeno i usmeno izražavanje.		
<i>Sadržaj kolegija</i>		
Elektronički marketing: Elektroničko okružje poslovanja gospodarskih subjekata. Pojmovno određenje Interneta. Povijest Interneta. Internetski servisi. Mobilni Internet. Web 2.0.Web-sjedišta. Portali. Funkcije i evolucija web-sjedišta. Komunikacija e-poštom. Spam. Bilteni. Poslovna korespondencija u internetskom okruženju. Mobilni marketing.Dimenzije i alati mobilnog marketinga. Mobilna trgovina. Mobilno bankarstvo. Informacijski sustav e-marketinga. Poslovno obavještavanje i obavještavanje o tržištima. E-business intelligence. Web-mining. Segmentacija na Internetu.Splet e-marketinga. Kreiranje potrošačkih vrijednosti na Internetu.		
<i>Ocjenjivanje i vrednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu</i>		
Ocjenjivanje se temelji na vrednovanju usvojenosti ishoda učenja na kolegiju. Ocjenjivanje se provodi kontinuirano tijekom nastave i/ili na ispitnom roku, u skladu s odredbama Pravilnika o načinu ocjenjivanja i vrednovanja rada studenata Veleučilišta u Virovitici i Izvedbenim planom nastave.		