

Preddiplomski stručni studij Digitalnog marketinga

Ishodi učenja na razini studijskog programa

OPĆI ISHODI UČENJA

Po uspješnom završetku studija, student će moći:

1. Integrirati bazna znanja neophodna za kvalitetnu stručnu nadogradnju (HKO razina 5)
2. Odabrati i ocijeniti primjenjive marketinške teorije u suglasju s digitalnim društvenim okruženjem u praksi (HKO razina 6)
3. Osmisliti inovativna rješenja i/ili inovativne adaptacije trenutnih rješenja kako bi generirani sadržaji i informacije bile prikazane kroz već ustaljene metode (HKO razina 5)
4. Odabrati istraživačke metode kao i aktivne analize te obraniti dobivene zaključke za dobrobit klijenata, korisnika i informacijskih sustava (HKO razina 6)
5. Preispitati postojeća i preporučiti nova poslovna rješenja i prilike kroz osvježeni pristup prezentiranju i vizualnom rješavanju problema (HKO razina 6)
6. Upravljati mikroprocesima projekta od korisnika do članova tima (HKO razina 5)
7. Valorizirati sastavnice projekta kroz prizmu efekta rezultata, isplativosti i vremenski utrošak (6)
8. Izmjeriti utjecaj društvenih, ekonomskih i tehnoloških parametara na poslovanje, a kroz koje se može implementirati digitalni marketinški nastup (HKO razina 6)
9. Izabrati najbolju opciju kreativnih ideja za mjerljiv poslovni plan (HKO razina 6)
10. Odabrati put vlastite nadogradnje znanja što kroz praktično iskustva što kroz verificiranje znanja putem certifikacijskih ispita (HKO razina 6)
11. Ocijeniti rezultate koje isporučuje tim ljudi i poduprijeti najbolje rješenje, vrednovati uspjeh pojedinca kao i cijelog tima (HKO razina 6)
12. Kreirati projekt prema usvojenim standardima, tehnologijama i metodologijama provedbe. (HKO razina 5)

STRUČNI ISHODI UČENJA

Po uspješnom završetku studija, student će moći:

13. Izabrati najbolja praktična rješenja za efikasnu i efektivnu marketinšku komunikaciju (HKO razina 6)
14. Kritički prosuđivati psihološke, društvene i ekonomske procese u okruženju marketinga (HKO razina 6)
15. Odabrati optimalne koncepte verbalne i neverbalne komunikacije u marketingu (HKO razina 6)
16. Odabrati optimalne tehnološke koncepte primjenjivih digitalnih rješenja (HKO razina 6)

17. Valorizirati funkcioniranje korisničkog sučelja i odabrati najbolje rješenje korisničkog sučelja iz aspekta korisnika i poslovnog aspekta (HKO razina 6)
18. Oblikovati djelotvoran i mjerljiv digitalni marketinški projekt sa svim bitnim sastavnicama, upravljati njime i valorizirati rezultate (HKO razina 5)
19. Oblikovati marketinšku komunikaciju na društvenim mrežama, upravljati njome i valorizirati rezultate (HKO razina 5)
20. Oblikovati marketinšku komunikaciju kroz online sustav oglašavanja, upravljati njome i valorizirati rezultate (HKO razina 5)
21. Ocijeniti rezultate digitalne interakcije i preporučiti najbolje rješenje za postizanje konverzijskih ciljeva (HKO razina 6)
22. Procijeniti sigurnosne i pravne aspekte digitalnog marketinškog projekta (HKO razina 6)
23. Upravljati uspješnom poslovnom komunikacijom (HKO razina 5)
24. Oblikovati marketinšku komunikaciju na mobilnim uređajima, upravljati njome i valorizirati rezultate (HKO razina 5)
25. Kritički prosuđivati funkcioniranje digitalnog društva (HKO razina 6)
26. Odabrati najbolje rješenje skladu s funkcioniranjem EU i globalne legislative, tržišta i financija (HKO razina 6)
27. Izmjeriti, rangirati i odabrati najbolje rješenje na temelju financijskih parametara za donošenje poslovnih odluka (HKO razina 6)
28. Oblikovati najbolje programsko rješenje iz aspekta ciljeva digitalnog marketinga (HKO razina 5)
29. Izmjeriti, rangirati i odabrati najbolje rješenje na temelju informacija iz baze podataka (HKO razina 6)
30. Kritički prosuđivati marketinško djelovanje i komunikaciju kroz prizmu općeprihvaćenih normi etike i morala (HKO razina 6)