

NASTAVNE TEME / JEDINICE

Studijski program: Sveučilišni diplomski studij Socijalna politika
Naziv kolegija: **Socijalni marketing**
Šifra kolegija: 70214

1. Naziv nastavne teme/jedinice: Strateško marketinško planiranje i teorijsko upoznavanje s temeljnim spoznajama o menadžerskom kontekstu planiranja						Broj sati: 8P
DIMENZIJE / RAZINE KOGNITIVNOG PROCESA						
DIMENZIJE ZNANJA	Pamćenje	Razumijevanje	Primjena	Analiza	Vrednovanje	Stvaranje
Činjenično znanje	Prepoznati i navesti ključne pojmove socijalnog marketinga					
Konceptualno znanje		Objasniti temeljne pojmove, principe i teorijske pristupe socijalnog marketinga u kontekstu društvenih znanosti		Kritički usporediti različite strategije socijalnog marketinga i ocijeniti njihovu učinkovitost u postizanju društvenih promjena		
Proceduralno znanje						
Metakognitivno znanje					Reflektirati o vlastitim pristupima u planiranju i prepoznati njihove prednosti i ograničenja	

2. Naziv nastavne teme/jedinice: Analiziranje socijalnog marketinga te utvrđivanje ciljnih javnosti i učinaka socijalnog marketinga						Broj sati: 10P
DIMENZIJE / RAZINE KOGNITIVNOG PROCESA						
DIMENZIJE ZNANJA	Pamćenje	Razumijevanje	Primjena	Analiza	Vrednovanje	Stvaranje
Činjenično znanje	Prepoznati ključne društvene probleme i ciljne javnosti socijalnog marketinga					

Konceptualno znanje			Procijeniti etičke izazove i društvene implikacije socijalnog marketinga u praksi	Analizirati društvene probleme i identificirati područja primjene socijalnog marketinga u javnom i civilnom sektoru		
Proceduralno znanje			Primijeniti alate istraživanja tržišta u oblikovanju kampanja socijalnog marketinga			
Metakognitivno znanje					Kritički promišljati o vlastitim kriterijima pri odabiru ciljnih skupina i alata istraživanja	

3. Naziv nastavne teme/jedinice: Primjene marketinga u neprofitnom okruženju						Broj sati: 6P + 15V
	DIMENZIJE / RAZINE KOGNITIVNOG PROCESA					
DIMENZIJE ZNANJA	Pamćenje	Razumijevanje	Primjena	Analiza	Vrednovanje	Stvaranje
Činjenično znanje	Prepoznati osnovne značajke neprofitnog sektora i ulogu socijalnog marketinga u njemu					
Konceptualno znanje		Objasniti specifičnosti primjene marketinških koncepata u neprofitnom okruženju		Analizirati potrebe ciljnih skupina u neprofitnom sektoru	Procijeniti prikladnost različitih komunikacijskih kanala za određene ciljne skupine	

Proceduralno znanje			Razviti inovativna rješenja za poticanje promjene ponašanja u zajednici korištenjem suvremenih komunikacijskih tehnologija Integrirati interdisciplinarn a znanja iz područja sociologije, komunikologije i ekonomije u planiranju socijalnomarketi nških aktivnosti		Vrednovati uspješnost provedene socijalnomarketi nške kampanje na temelju unaprijed određenih pokazatelja	Kreirati prijedlog socijalnomarketi nške kampanje s jasno definiranim ciljevima, cilnom publikom i komunikacijski m kanalima
Metakognitivno znanje					Reflektirati o izazovima implementacije marketinga u neprofitnom kontekstu	

4. Naziv nastavne teme/jedinice: Razvoj praktično orijentiranih kompetencija za učinkovito upravljanje programima i projektima u javnom i civilnom sektoru						Broj sati: 6P + 15V
DIMENZIJE / RAZINE KOGNITIVNOG PROCESA						
DIMENZIJE ZNANJA	Pamćenje	Razumijevanje	Primjena	Analiza	Vrednovanje	Stvaranje
Činjenično znanje	Prepoznati osnovne pojmove i uloge u upravljanju projektima i timovima u javnom i civilnom sektoru					
Konceptualno znanje		Objasniti specifičnosti menadžmenta u javnom i civilnom sektoru	Primijeniti osnovne koncepte timskog rada u praktičnim zadacima	Analizirati potrebe i izazove u neprofitnom sektoru		
Proceduralno znanje			Primijeniti alate i metode upravljanja projektima u u javnom i civilnom sektoru		Vrednovati uspješnost provedene socijalnomarketi nškog stručnog projekta na temelju unaprijed određenih pokazatelja	Samostalno i timski osmisлити i prezentirati stručni projekt socijalnog marketinga, uz argumentiranu obranu odabranih rješenja
Metakognitivno znanje					Reflektirati o vlastitoj ulozi u timu i sposobnosti donošenja odluka u projektnom kontekstu	