


## DETALJNI IZVEDBENI NASTAVNI PROGRAM

Studijski program: <b>Diplomski                  Grafički dizajn i                  vizualne komunikacije</b>	Akademsko godina: 2021./2022.	 Akademija primijenjenih umjetnosti Sveučilišta u Rijeci
--	----------------------------------	--

### OSNOVNI PODACI O PREDMETU

Naziv predmeta	Upravljanje markama					
Nositelj kolegija	Izv. prof. dr. sc. Ivana First Komen					
Asistent/ asistentica						
Status predmeta (obvezni ili izborni)	<b>obvezni</b>			izborni		
Broj ECTS-a:	<b>Zimski semestar</b>			<b>Ljetni semestar</b>		
	P	V	S	P	V	S
	15		15			
Vrijeme konzultacija	Ponedjeljak 12-14					
Kabinet	58/III, Ekonomski fakultet u Rijeci					
Telefon	051/355-169					
e-mail	ivana.first.komen@efri.hr					
Web stranica predmeta						

### OPIS PREDMETA

#### Ciljevi predmeta

U izučavanju kolegija "Upravljanje markama" cilj je analizirati važnost marke, kao i koristi koje ona pruža vlasnicima i potrošačima, shvatiti važnost identiteta marke, te strategije upravljanja markama. Također, cilj je shvatiti različite pristupe u mjerenju vrijednosti marke, te ispitati načine na koji marke postaju ikone, kultovi i kulture te na koji način djeluju u interakciji s društvom.

#### Korespondentnost i korelativnost programa

Program Upravljanje markama se izučava na velikom broju studija iz područja Marketinga; npr. na Ekonomskom fakultetu u Zagrebu, Ekonomskom fakultetu u Osijeku, Ekonomskom fakultetu u Rijeci. Na svim studijima je program vrlo sličan po sličnoj ili istoj literaturi. Predmet je prilagođen za studij iz područja Vizualne komunikacije i grafički dizajn na način da se predmet fokusira na izučavanje važnosti marke za potrošača, izgradnju identiteta marke (uključujući vizualni identitet), te komunikaciju marke s potrošačem koristeći sva osjetila i pri tome stvarajući funkcionalnu, emocionalnu i društvenu korist. Veza marke, vizualnog identiteta i vizualne komunikacije je neraskidiva, a uključenjem predmeta Upravljanje markama u ovaj studij, studentima se daje šira slika o razlozima zašto i načinima kako vizualni identitet i grafički dizajn staviti u funkciju uspješne komunikacije s potrošačima i društvom.

#### Očekivani ishodi učenja (razvijanje općih i specifičnih kompetencija – znanja / vještina)

- Razumjeti važnost marke, kao i koristi koje ona pruža vlasnicima i potrošačima
- Interpretirati identitet marke i razliku identiteta i imidža marke
- Moći preočiti elemente identiteta marke u vizualni identitet marke
- Usporediti funkcionalno, emocionalno i sociološko upravljanje markama
- Spoznati ulogu svih osjetila u izgradnji marke
- Prepoznati greške koje postojeće marke čine na tržištu u smislu vizualnog identiteta
- Primijeniti spoznaje o kreiranju marke u izradi vizualnog identiteta

Sadržaj predmeta							
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Važnost marke i koristi od marke</li> <li>• Svjesnost, pozicioniranje, značenje i imidž marke</li> <li>• Identitet i vizualni identitet marke</li> <li>• Vrijednost i mjerenje vrijednosti marke</li> <li>• Emocionalni i senzorni branding</li> <li>• Sociološki i kulturološki fenomeni marke</li> </ul>							
Način izvođenja nastave i usvajanje znanja (označiti komandom bold ili x pored oblika nastave)							
<b>FIZIČKA NASTAVA (koncentrirana nastava u kombinaciji s 40% nastave online)</b>							
<b>Model A i model B</b>							
<b>Predavanja</b>				Obrazovanje na daljinu			
<b>Seminari i radionice</b>				Konzultacije			
Vježbe				Laboratorij			
<b>Samostalni zadaci</b>				<b>Mentorski rad</b>			
<b>Multimedija i Internet</b>				Terenska nastava			
				Ostalo			
<b>ONLINE NASTAVA</b>							
<b>Predavanja</b>				Konzultacije			
<b>Seminari i radionice</b>				<b>Mentorski rad</b>			
Vježbe				Terenska nastava			
<b>Samostalni zadaci</b>				Ostalo, navesti (projektna nastava i sl)			
<b>Multimedija i Internet</b>							
*Temeljem Preporuke UNIRI i Rasporedom sati označiti oblik nastave predmeta							
Obveze studenata (opisati):							
Student je tijekom nastave obavezan prikupiti barem 35 postotnih poena ocjene kroz aktivnost na nastavi (predavanjima i seminarima), polaganje kolokvija, te izradu i prezentaciju seminarskog rada prijedlog identiteta marke. Na završnom ispitu student je obavezan prikupiti barem 15 postotnih poena ocjene.							
Praćenje i ocjenjivanje studenata							
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Označiti masnim slovima (boldom) samo relevantne kategorije i umjesto nulnih vrijednosti unijeti odgovarajuće bodovne vrijednosti ECTS-a</li> <li>• ukupan broj bodova u različitim kategorijama odgovara ukupnoj vrijednosti ECTS-a predmeta</li> </ul>							
Pohađanje nastave		<b>Aktivnost u nastavi</b>	<b>0,2</b>	<b>Seminarski rad</b>	<b>0,2</b>	Eksperimentanli rad	
<b>Pismeni ispit</b>	<b>0,6</b>	Usmeni ispit		Esej		Istraživanje	
Projekt		<b>Kontinuirana provjera znanja</b>	<b>0,8</b>	Referat		<b>Praktični rad</b>	<b>0,2</b>
Ocjenjivanje i vrednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu: (Kolokviji ili evaluacije studenata sukladno Pravilnikom o studiranju Akademije)							
Student tijekom nastave stječe maksimalno 70% ocjene i to kako slijedi:							
<input type="checkbox"/>	Kolokvij.....						30%
<input type="checkbox"/>	Aktivnost tijekom nastave .....						5%
<input type="checkbox"/>	Prezentacija rada.....						5%
<input type="checkbox"/>	Seminarski rad / praktični rad .....						30%
Student na završnom ispitu stječe maksimalno 30% ocjene.							
Obvezna literatura							



**KONSTRUKTIVNO POVEZIVANJE**

ISHODI UČENJA	SADRŽAJ	AKTIVNOSTI ZA NASTAVNIKE I STUDENTE (metode poučavanja i učenja)	METODE VREDNOVANJA
Razumjeti važnost marke, kao i koristi koje ona pruža vlasnicima i potrošačima	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Važnost marke i koristi od marke</li> <li>• Svjesnost, pozicioniranje, značenje i imidž marke</li> </ul>	predavanja, samostalno proučavanje literature	kontinuirana provjera znanja
Interpretirati identitet marke i razliku identiteta i imidža marke	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Identitet i vizualni identitet marke</li> <li>• Vrijednost i</li> </ul>	predavanja, samostalno proučavanje literature	kontinuirana provjera znanja
Moći pretočiti elemente identiteta marke u vizualni identitet marke	<ul style="list-style-type: none"> <li>• mjerjenje vrijednosti marke</li> <li>• Emocionalni i senzorni branding</li> </ul>	predavanja, samostalno proučavanje literature, timska izrada seminarskog zadatka	seminarski zadatak
Usporediti funkcionalno, emocionalno i sociološko upravljanje markama	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sociološki i kulturološki fenomeni marke</li> </ul>	predavanja, samostalno proučavanje literature	ispit
Spoznati ulogu svih osjetila u izgradnji marke		predavanja, samostalno proučavanje literature	ispit
Prepoznati greške koje postojeće marke čine na tržištu u smislu vizualnog identiteta		predavanja, samostalno proučavanje literature, proučavanje okruženja	kontinuirana provjera znanja
Primijeniti spoznaje o kreiranju marke u izradi vizualnog identiteta		predavanja, samostalno proučavanje literature, timska izrada seminarskog zadatka	seminarski zadatak