

# Sveučilište u Dubrovniku

Uvijek prvi, uvijek bolji! • Semper primus, semper melior!

**Prvo mjesto studentima Odjela za komunikologiju i treće mjesto Erasmus+ studentima Sveučilišta u Dubrovniku na natjecanju Case Study Competition 2015.**

## Studenti Damir Vulić i Antonio Pjević izradili najbolji plan promotivne kampanje!

Studenti Odjela za komunikologiju Damir Vulić i Antonio Pjević uz pomoć mentorice izv. prof. dr. sc. Ivane Pavlič, osvojili su PRVO mjesto na Case Study Competition 2015. - najvećem studentskom natjecanju u Republici Hrvatskoj, koje je i ove godine imalo regionalni karakter – sudjelovali su studenti iz Slovenije, Crne Gore, Bosne i Hercegovine i Srbije. U ovogodišnjem natjecanju prijavljeno je bilo čak 2000 studenata.

Studenti su mogli birati između 13 poslovnih slučajeva, a odabrali su tvrtku Ožujsko pivo i poslovni slučaj "Žuja snima viralni video!" Projekt su izradili u okviru kolegija Integrirana marketinška komunikacija nositeljice izv. prof. dr. sc. Ivane Pavlič.

„Kao i prijašnjih godina, studenti su primijenili na konkretnim slučajevima i zadacima iz prakse ono što su naučili u okviru kolegija Integrirana marketinška komunikacija. Međutim, dosta je važnija poruka, čini mi se, kako je ovo još jedna potvrda da se studenti Odjela za ekonomiju i poslovnu ekonomiju kvalitetno obrazuju i da mogu ne samo konkurirati nego čak biti bolji od studenata na nacionalnoj i na regionalnoj razini. To je ujedno i poruka budu-

ćim studentima“, izjavila je mentorica izv. prof. dr. sc. Ivana Pavlič.

Ožujsko pivo kao hrvatsko pivo br.1 i kao najaktivnije pivo u digitalnim medijima zadalo je zadatak natjecateljima – studentima da svojim idejama i rješenjima nastave zabavljati svoje obožavatelje. Današnji najveći izazov modernog marketinga je stvaranje viralnog sadržaja. Stoga su i zahtijevali od studenata da osmisle zabavan video koji će obići Hrvatsku, ali i svijet. Moguća su bila maksimalno tri rješenja.

Damir i Antonio su u izradbi plana integrirane marketinške komunikacije i kreiranja viralnog sadržaja za „ŽUJU“ prije svega proveli istraživanje glavnih ciljanih skupina koje su podijelili prema psihografskim obilježjima. Uz to, proveli su istraživanje digitalnih medija na kojima sadržaj može biti emitiran te su se upoznali sa svim obilježjima, prednostima i nedostacima digitalnih medija. Potom je uslijedila faza kreativnog koncepta u kojem su osmislili tri scenarija videa u kojima su vizualno prikazali kreativni koncept. Uz svaki kreativni koncept dodali su argumentaciju rješenja. Nakon osmišljavanja videa pred-



Antonio Pjević, Damir Vulić, izv. prof. dr. sc. Ivana Pavlič, Daniel Kuntze, Peter Povysil, Benjamin Friess

ložili su plan integrirane marketinške komunikacije s naglaskom na digitalne medije i mreže s pomoću kojih će video ostvariti željeni doseg.

Viralni video uklopio se u postojeću marketinšku komunikaciju i smjernice za „ŽUJU“. Rješenja su kreativna, jednostavna, lako izvediva i zahtijevaju relativno mala ulaganja. Uskoro ćete moći

vidjeti prikaz viralnog videa studenata Sveučilišta u Dubrovniku uz pomoć digitalnih medija.

Erasmus+ studenti na Sveučilištu u Dubrovniku Egle Karpaviciute (Litva), Benjamin Friess (Austrija), Daniel Kuntze (Njemačka) i Peter Povysil (Slovačka) osvojili su TREĆE mjesto za poslovni slučaj „Burn community marketing plan“ tvrtke Coca-Cola HBC.

Studenti su imali zadatak pronaći kreativna rješenja kako bi se približili ciljanom tržišnom segmentu aktivnostima definiranim planom integriranoga marketinškog komuniciranja i strategijom energetskog napitka BURN s naglaskom na Music community – DJ-i, zaljubljenici u glazbu (naglasak na EDM); događanja (npr. Ultra Festival); slušanje (npr. Spotify);

na Student community – studente. Burn Residency najveće je DJ natjecanje na svijetu. Elektronska glazba (EDM) i music community bile su glavne smjernice za BURN strategiju. Plan integrirane marketinške strategije je obuhvatio istraživanje posebnog tržišnog segmenta (music, students) - organizaciju i događanja koja već postoje, analiziranje segmenta na koji bi se trebao fokusirati, definiranje pristupa ciljanom tržišnom segmentu uz pomoć digitalnog marketinga, predlaganje ambassador programa te programa i događaja koje bi BURN dodatno trebao organizirati kako bi im se približio. Svakako, kreirali su nešto potpuno novo.

Case Study Competition je natjecanje u rješavanju stvarnih poslovnih slučajeva koje organizira studentska udruga eSTUDENT, i namijenjeno je studentima različitih područja interesa. Najveće je natjecanje ovog tipa na području Republike Hrvatske, u kojem svi studenti dobivaju priliku pokazati svoje znanje stečeno tijekom školovanja, kreativne ideje i vlastite sposobnosti pred najboljim hrvatskim poduzećima kao potencijalnim budućim poslodavcima.

VAŠA KARIJERA  
POČINJE  
OVDJE

 SVEUČILIŠTE  
DUBROVNIK



unidu.hr