

Sveučilište u Zagrebu

Ekonomski fakultet

Barbara Barbarić, Gianluca Bartolović, Matej Findri, Tea Logožar, Aleksandra Lovrić, Tihana Nađ, Patricija Oreški, Tanja Ožić-Bašić, Antonio Tandara, Ivo Teški, Petra Vidović

Europski tjedan novca (*EMW –  
European Money Week*)

Zagreb, 2017.



*Ovaj rad izrađen je na Ekonomskom fakultetu u Zagrebu i predan je na natječaj za dodjelu Rektorove nagrade u kategoriji nagrada za društveno koristan rad u akademskoj i široj zajednici u akademskoj godini 2016./2017.*

## Sadržaj

Sažetak .....	1
Summary .....	1
1. Uvod .....	2
2. Opis projekta .....	4
Povijest projekta .....	4
Projekt u 2017. godini .....	4
3. Partneri .....	6
4. Potreba za projektom .....	9
5. Ciljevi projekta .....	9
6. Tijek projekta .....	11
7. Analiza projekta .....	14
Operativni ciljevi i ciljna skupina projekta .....	14
Prednosti predmeta projekta .....	15
8. Brief projekta .....	16
9. Organizacija projekta .....	16
10. Analiza marketinških aktivnosti .....	21
Definiranje ciljne skupine .....	21
Marketinška strategija .....	21
Internetski marketing .....	21
DataCROnomics .....	21
Europski tjedan novca .....	30
Direktni marketing .....	33
11. Rezultati i statistika .....	34
12. Financijska konstrukcija .....	39
13. Članovi organizacijskog tima .....	40
14. Zaključak .....	43
Popis slika i grafova .....	44

## **Sažetak**

Europski tjedan novca (engl. *European Money Week*) projekt je koji je 2015. godine pokrenula studentska udruga Financijski klub koja djeluje već 11 godina na Ekonomskom fakultetu u Zagrebu. Riječ je o projektu koji se održava u sklopu Svjetskog tjedna novca (engl. *Global Money Week*), odnosno nastojanja da se na globalnoj razini podigne svijest o važnosti financijskog obrazovanja, financijske uključenosti i poduzetništva. Cilj je projekta povećanje financijske pismenosti i znanja. Tako svi zainteresirani, a osobito studenti imaju priliku upoznati se s financijskom industrijom i kretanjima na tržištu od prepoznatih poduzeća i stručnjaka iz industrije. U projektu je 2017. godine putem serija predavanja, radionica i okruglih stolova sudjelovalo više od stotinjak studenata s različitih fakulteta Sveučilišta u Zagrebu, što svjedoči o prepoznatljivosti kvalitete projekta i među studentima čije područje studiranja nije ekonomija.

U provedbi projekta 2016. godine sudjelovali su: Barbara Barbarić, Gianluca Bartolović, Matej Findri, Tea Logožar, Aleksandra Lovrić, Tihana Nađ, Tanja Ožić-Bašić, Patricija Oreški, Antonio Tandara, Ivo Teški i Petra Vidović.

Ključne riječi: financijska pismenost, tržišna kretanja, financijska uključenost, poduzetništvo

## **Summary**

European Money Week is a project started in 2015 by the student organization Financijski klub. The project is carried out during the Global Money Week. The main goal of the Global Money Week is to raise awareness about the importance of financial education, financial involvement and entrepreneurship. The aim of the project is to enhance financial literacy and knowledge. Everybody interested and especially students, have the opportunity to learn how financial industry and market trends work from well-known companies and experts in the field. In 2017, more than 100 students from different faculties at the University of Zagreb attended various lectures, workshops and round tables, which serves to illustrate the fact that the quality of projects is recognized even among students who are not only students of business and economics.

Key words: financial literacy, market trends, financial involvement, entrepreneurship

## 1. Uvod

Financijska pismenost dio je svakodnevnog života svakog pojedinca. Kombinacija je stečenog financijskog znanja i usvojenih financijskih vještina koje su potrebne za učinkovito upravljanje financijskim resursima s ciljem postizanja dugoročne financijske sigurnosti. Danas se aktivno sudjelovanje pojedinaca u ekonomskom životu smatra gotovo nezamislivim bez odgovarajuće razine osnovne financijske pismenosti. Ona postaje sve važnija čemu doprinosi i činjenica da su mnoge zemlje članice EU-a počele zahtijevati povećanu osobnu odgovornost pojedinaca za vlastitu financijsku sigurnost. Odgovorno ponašanje prema vlastitim financijama i adekvatno korištenje financijskih instrumenata ne uključuje samo kredite i štednju već i neke naprednije instrumente poput dionica, udjela u fondovima i slično.

Uz financijsku pismenost direktno vežemo i pojam financijske uključenosti. U Hrvatskoj je financijska uključenost još na nedovoljnim razinama, a posebice je zabrinjavajuća financijska isključenost mladih koji predstavljaju budućnost i prosperitet svake države. Istraživanje financijske pismenosti koje su krajem 2015. godine provele HANFA i HNB u suradnji s Ministarstvom financija, prema metodologiji OECD-a, a u kojem je sudjelovalo više od 1000 ispitanika od 18 do 79 godina, pokazalo je da je prosječna ocjena financijske pismenosti hrvatskih građana 11,7 bodova od ukupno 21 boda. Pri tome je najniža financijska pismenost kod mladih osoba, a najviša kod građana s visokim obrazovanjem te u kućanstvima s većim primanjima. Stoga je nužna edukacija mlađih osoba te onih s nižim primanjima u tom području. Poznavanje načina funkcioniranja tržišta vrlo je bitan aspekt modernog života, ono znači i sudjelovanje u životu čovječanstva, tj. odlučivanje o njegovoj budućnosti.

Iako bliski kao pojam, temeljni ekonomski pokazatelji i kretanja u gospodarstvu za većinu su mladih apstraktan pojam, posebice prilikom interpretiranja većeg broja podataka. Kako u formalnom školovanju, tako i u ostalim aspektima života, mali se postotak ljudi u Hrvatskoj izravno susreće s bazama nestrukturiranih podataka, a još manji dio njih izravno je sudjelovalo u procesu njihovog strukturiranja i interpretacije za donošenje „pametnih“ odluka. Također, i ostale teme iz područja financija poput ulaganja u investicijske fondove, životnog osiguranja i sl. izazivaju velik interes, no mladi su distancirani od središta razmjene odgovarajućih izvora tih podataka. Jedan od mogućih uzroka svakako je nedostatak informiranosti prosječnog građanina te nedovoljno znanje o načinima funkcioniranja tržišta te mogućnostima investiranja novca.

Studentska udruga Financijski klub, primarno sastavljena od studenata Ekonomskog fakulteta Sveučilišta u Zagrebu, već nekoliko godina radi na projektima kojima je primaran cilj poboljšati financijsku pismenost među mladima. Projekt Europskog tjedna novca nastavlja upravo u navedenom smjeru – poučiti mlade još tijekom studiranja o financijskoj industriji i kretanjima na tržištu. Mlade poučavaju prepoznata poduzeća i stručnjaci iz industrije.

Klub je tijekom godina okupio mnoštvo entuzijasta koji su prepoznali problem financijske pismenosti i pokušali pridonijeti njegovom rješenju organizacijom projekta povodom obilježavanja Europskog tjedna novca. Kroz jačanje svijesti o važnosti financijske pismenosti, svim zainteresiranim studentima dana je mogućnost sudjelovanja na nizu radionica, predavanja i edukacija s ciljem povećanja financijskog znanja društva u cjelini. Osim toga, studenti su imali mogućnost sudjelovati i biti dio izgradnje 3D skulpture temeljnih ekonomskih pokazatelja. Tako im je pružena prilika sudjelovanja u procesu strukturiranja cjelokupne baze podataka koja u konačnici koristi za donošenje pametnih odluka poduzeća, ali i pojedinaca. Važnost projekta prepoznali su brojni studenti različitih fakulteta Sveučilišta u Zagrebu, studentske udruge Ekonomskog fakulteta u Zagrebu, a od ostalih posebno izdvajamo analitičku kuću Bisnode, revizorsku kuću EY, Hrvatsku ured za osiguranje, PBZ Invest, Allianz Zagreb te Croatia Osiguranje.

Svi navedeni tako su uložili svoje vrijeme u projekt u obliku edukacija i radionica za studente. Sve što nauče na predavanjima, studenti mogu primijeniti u praksi prilikom donošenja vlastitih financijskih odluka. Predavanja traju tijekom cijelog tjedna, sudjelovanje je besplatno za sve, a organizacijski tim Financijskog kluba osigurao je niz praktičnih radionica na računalima, rješavanje stvarnih slučajeva u poduzećima te predavanja o načinima ulaganja imovine, životnom osiguranju i slično.

Projekt se tako sastoji od triju glavnih značajki:

- Edukacija i stručna predavanja
- Slaganje skulpture pet najvažnijih ekonomskih pokazatelja - *DataCRONomics*
- Povezivanje studenata s privatnim sektorom

## **2. Opis projekta**

Europski tjedan novca (engl. *European Money Week*) održava se u sklopu Svjetskog tjedna novca (engl. *Global Money Week*), odnosno nastojanja da se na globalnoj razini podigne svijest o važnosti financijskog obrazovanja, financijske uključenosti i poduzetništva. Već treću godinu zaredom povodom obilježavanja Europskog tjedna novca, Financijski klub organizira seriju predavanja, radionica i okruglih stolova s ciljem povećanja financijske pismenosti i znanja. Svi zainteresirani, a osobito studenti, imaju priliku upoznati se s financijskom industrijom i kretanjima na tržištu od prepoznatih poduzeća i stručnjaka iz industrije.

Ideju projekta, format, financiranje i samu provedbu organizirali su studenti studentske udruge Financijski klub. Primarni ciljevi projekta uključuju povećanje financijske pismenosti te povećanje svijesti studenata o važnosti financijske uključenosti svakog pojedinca. Također, cilj je educirati studente kako donositi razborite i smislene odluke o vlastitim investicijskim aktivnostima. Uz navedene ciljeve, naglasak se stavlja na zabavan način učenja kroz gradnju skulpture gospodarstva, rješavanje poslovnih slučajeva i Excel radionica. Akademska godina 2016./2017. predstavlja treću godinu u kojoj se organizira i odvija projekt, a samo osmišljavanje započelo je još 2015. godine.

### **Povijest projekta**

Osmišljavanje projekta započelo je u siječnju 2015. godine, a do ožujka 2015. godine osigurani su svi potrebni preduvjeti - vizualni identitet, koncept, budžet i partneri. Sam projekt traje jedan tjedan tijekom ožujka, ovisno o datumima održavanja tjedna novca na globalnoj, odnosno europskoj razini. Realizacija projekta odvijala se tijekom dviju etapa. Prvi dio projekta sastojao se od teorijske edukacije studenata, a drugi dio od praktične primjene naučenoga na računalnim radionicama, rješavanju poslovnih slučajeva i slično. Na projektu svake godine sudjeluje više od 100 studenata sa Sveučilišta u Zagrebu. Zaključenjem projekta, partneri projekta imali su priliku upoznati se s najistaknutijim studentima te su time najtalentiraniji natjecatelji dobili priliku odraditi praksu u realnom sektoru.

### **Projekt u 2017. godini**

Potaknuti izvrsnim rezultatima projekta u prvoj i drugoj godini postojanja, Financijski klub u akademskoj godini 2016./2017. odlučuje nastaviti s provedbom projekta, ali i podići ga na višu razinu prepoznatljivosti te uključiti veći broj studenata. Kako bismo proširili projekt, s radom smo započeli već krajem 2016. godine kada je započela potraga za potencijalnim



sponzorima i kvalitetnim osobama organizacijskog tima te dogovori oko izgradnje 3D skulpture hrvatskog gospodarstva – *DataCRONomics*. Budući da je organizacijski tim počeo djelovati mnogo ranije, sve marketinške aktivnosti također su započele mnogo ranije. S promocijom natjecanja započelo se početkom ožujka, a ona uključuje tradicionalne marketinške aktivnosti kao što su plakati i letci te usmena komunikacija, a ujedno i suvremene kanale komunikacije koji uključuju društvene mreže i novinske portale.

Članovi organizacijskog tima bili su prisutni na Ekonomskom fakultetu u Zagrebu te su studentima uživo prenijeli sve detalje vezane uz projekt ili na hodnicima fakulteta ili kao gosti na predavanjima.

Sveobuhvatnom promocijom stvorili smo interese među više od 100 studenata. Potrebno je istaknuti kako se na projektu sudjelovao i velik broj studenata koji nisu ekonomskog usmjerenja te im Europski tjedan novca predstavlja prvi korak u svijet financija, što naš napor čini još važnijim.

Predavanja su uključivala sljedeće teme:

1. Excel radionica *Big data u financijama*: Branimir Kovačić, Bisnode (27. ožujka)
2. Izazovi i budućnost industrije osiguranja: Nikola Mišetić, Croatia Osiguranje (29. ožujka)
3. Piramida života: Kristijan Buk, HUU; Allianz Zagreb (29. ožujka)
4. Case study NPL (Non-Performing Loans) Sale Process: Ivan Cicvarić, EY (30. ožujka)
5. UCITS fondovi i tržište u Hrvatskoj: Miroslav Maletić, PBZ Invest (31. ožujka)

Osim predavanja, ove je godine projekt obogaćen gradnjom 3D skulpture pet najvažnijih ekonomskih pokazatelja pod nazivom *DataCRONomics* koja je izgrađena prije samog početka projekta, a njezino je otvaranje obilježilo početak aktivnosti u tjednu:

1. Izgradnja skulpture *DataCRONomics* – 3D skulptura Gospodarstvo Hrvatske: Bisnode, Financijski klub i Lego klub Kockice (24. ožujka)
2. Otvaranje skulpture *DataCronomics* – 3D skulptura Gospodarstvo Hrvatske: Bisnode, Financijski klub i Lego klub Kockice (27. ožujka)

### **3. Partneri**

Cijeli projekt osmislili su studenti Ekonomskog fakulteta u Zagrebu, ali pri samoj provedbi pomogli su nam partneri. Popis partnera uključuje tvrtku Bisnode, revizorsku kuću EY, Hrvatsku ured za osiguranje, PBZ Invest, Allianz Zagreb i Croatia Osiguranje.

Izgradnju 3D skulpture gospodarstvo Hrvatske Financijski klub osmislio je s poduzećem Bisnode, nacrt za skulpturu dizajnirao Matija Pužar, ovlaštenu LEGO® suradnik, a sve uz pomoć LEGO® kluba Kockice. Uz pomoć partnera projekt je uspješno proveden i realiziran.

#### **Financijski klub**

Klub je osnovan u studenome 2005. godinu s ciljem unaprjeđivanja i širenja znanja iz ekonomije, a osobito iz područja financijske djelatnosti te poticanja razvoja etike i moralnosti u poslovanju. Klub okuplja studente sličnih interesa te ih potiče na prepoznavanje vlastitih sposobnosti kroz edukaciju, informiranje, prakse i provedbu projekata. Klub je za svoj rad primio mnogobrojne dekanove i rektoreve nagrade, a njegovi članovi prakse u vodećim poduzećima. Klub je organiziran kao projektno – matična organizacija s naglaskom na primarnu funkcijsku te dodatnu projektnu organizacijsku strukturu. Funkcijske organizacijske jedinice formirane su za obavljanje osnovne djelatnosti, dok su projektne organizacijske jedinice za edukaciju i provedbu projekata, a suradnjom omogućuju rad ove Udruge. Povijest kluba izgradili su izuzetni pojedinci koji su doprinijeli njegovoj vrijednosti i rastu kvalitete, kao i partneri koji su tu vrijednost prepoznali. Financijski klub na početku je brojao tridesetak članova te su glavni projekt bila predavanja s ciljem širenja znanja iz područja ekonomije, a osobito iz područja financijske djelatnosti da bi se sve to do danas proširilo nizom drugih ciljeva, platformi i projekata. Rad Kluba prepoznala je i Zagrebačka burza 2013. godine dodjelom Nagrade za izniman doprinos u edukaciji o tržištu kapitala. Uz strateškog partnera Deloitte, ostali partneri uključuju: EY, Hrvatski ured za osiguranje, PWC, Intercapital, PBZ Invest i Bisnode.

#### **EY**

EY (*Ernst & Young*) jedno je od vodećih je svjetskih poduzeća u uslugama revizije, poreza, transakcija i poslovnog savjetovanja. U Hrvatskoj djeluje od 1991. godine. S oko 160 stručnih kadrova, uključujući pet partnera, EY ima neosporne vještine i iskustvo u pružanju svojih usluga. Kvaliteta usluge koju pružaju pomaže izgraditi povjerenje u tržišta kapitala i ekonomije širom svijeta. Razvijaju izuzetne lidere koji ispunjavaju sve zahtjeve njihovih

dionika. Tako igraju ključnu ulogu u izgradnji boljeg radnog okruženja za njihove zaposlenike, klijente i zajednicu.

### **Hrvatski ured za osiguranje**

Hrvatski ured za osiguranje neprofitna je pravna osoba koja u pravnom prometu s trećim osobama predstavlja udruženje društava za osiguranje sa sjedištem u Republici Hrvatskoj. Neki od poslova Hrvatskog ureda za osiguranje utvrđeni su Zakonom o osiguranju, Zakonom o obveznim osiguranjima u prometu te drugim propisima:

- poslovi Udruženja društava za osiguranje sa sjedištem u Republici Hrvatskoj,
- poslovi predstavljanja i zastupanja interesa društva za osiguranje u međunarodnim institucijama,
- poslovi nacionalnog Ureda zelene karte osiguranja i druge poslove utvrđene međunarodnim sporazumima o osiguranju vlasnika vozila od odgovornosti za štete nanesene trećim osobama
- drugi poslove od općeg i zajedničkog interesa za djelatnost osiguranja.

### **PBZ Invest**

Djelatnost društva PBZ Invest osnivanje je i upravljanje UCITS fondom<sup>1</sup>, upravljanje portfeljem te investicijsko savjetovanje prema odredbama zakona koji uređuje tržište kapitala. Društvo je osnovano 7. prosinca 1998. PBZ Invest upravlja s jedanaest investicijskih fondova. PBZ Novčani fond, osnovan 1999., jedan je od najstarijih investicijskih fondova u Hrvatskoj.

### **Allianz Zagreb**

Allianz je u Hrvatskoj prisutan od 1999. godine, kada njemački Allianz sa Zagrebačkom bankom preuzima tadašnje *Adriatic osiguranje*. Danas Allianz drži preko 13 % tržišnog udjela i ukupno zauzima drugu poziciju među hrvatskim osigurateljima. Osim u segmentu osiguranja, Allianz se, sa strateškim partnerom Zagrebačkom bankom, 2001. godine aktivno uključuje u mirovinsku reformu. Iste godine osnovan je AZ obvezni mirovinski fond, a godinu dana poslije s radom počinju i AZ dobrovoljni mirovinski fondovi, koji su, svaki u svom segmentu uvjerljivo vodeći mirovinski fondovi na hrvatskom tržištu s oko 40 %

---

<sup>1</sup> UCITS – eng. skr. od *Undertakings for Collective Investment in Transferable Securities* (hrv. subjekt za zajednička ulaganja u prenosive vrijednosne papire). Pojam je u širu upotrebu uveden još 1985. g. direktivom 85/611/EEC, koja je donesena u svrhu harmonizacije regulative otvorenih investicijskih fondova u zemljama članicama EU, s ciljem omogućavanja prekogranične distribucije tih financijskih proizvoda. U hrvatskoj regulativi u službenoj upotrebi je od donošenja Zakona o otvorenim investicijskim fondovima s javnom ponudom.

tržišnog udjela. Snažan rast premijskog prihoda pratio je i rast prodajne mreže zastupnika te novih prodajnih mjesta.

### **Croatia Osiguranje**

Croatia Osiguranje najveće je i najstarije osiguravajuće društvo u Hrvatskoj. Osnovano je 1884. godine u Zagrebu kao Croatia osiguravajuća zadruga, a jedan od osnivača društva bio je i slavni hrvatski pisac August Šenoa. Tijekom prve polovice 20. stoljeća pokriva većinski dio osiguravateljnog tržišta i bavi se osiguranjem osoba, imovine, motornih vozila, transporta i kredita. U novim okolnostima i dalje ostaje vodeći osiguravatelj koji pruža tržištu nove proizvode po uzoru na razvijeno europsko tržište. Od 2014. godine, Croatia Osiguranje u vlasništvu je Adris Grupe d.d.

### **Tvrtka Bisnode**

Tvrtka Bisnode vodeći je europski ponuđač poslovnih informacija i analitičkih rješenja. Pomaže tvrtkama u pronalasku novih klijenata te procesu stvaranja i upravljanja odnosa s postojećima. Koncept tzv. pametnih podataka - Smart Data omogućava njihovim klijentima donošenje mudrih odluka. Tvrtka Bisnode najveći je partner tvrtke Dun&Bradstreet te svojim klijentima omogućuje informacije o više od 250 milijuna tvrtki iz 220 zemalja svijeta. Zapošljavaju 2400 ljudi u 18 zemalja, a sjedište nam je u glavnom gradu Švedske, Stockholmu.

### **Matija Pužar, LEGO® Certified Professional**

Matija Pužar ovlašten je suradnik LEGO grupe, živi i radi u Norveškoj. Kroz svoje radove koje izrađuje po narudžbi; bilo da su u pitanju mozaici, portreti, modeli stvarnih zgrada ili vozila; pokazuje LEGO kao medij izražavanja i stvaranja umjetnosti.

### **LEGO® klub Kockice**

LEGO® klub Kockice prvi su i jedini klub koji okuplja LEGO entuzijaste u Hrvatskoj. Službenom udrugom postao je 2009. i od tada je dio mreže svjetske zajednice LEGO entuzijasta i partner LEGO grupe. Trenutno je 60-ak članova aktivno i pokazuje javnosti kroz izložbe, radionice i natjecanja što se sve LEGO kockicama može napraviti. Članovi Kluba redovito sudjeluju i na međunarodnim LEGO izložbama i sajmovima, predstavljajući svoje radove, ali i svoj Klub i svoju zemlju.

#### **4. Potreba za projektom**

Kako bismo analizirali sam projekt, potrebno je obratiti pozornost na potrebu za ovakvom vrstom projekta. Naime, s brzorastućim značenjem financijskog sektora, financijska pismenost iznimno je važan segment društva. Mnoge su zemlje prepoznale tu činjenicu te u svoje obrazovne sustave uključuju programe koji doprinose razumijevanju financijskih koncepata.

Na fakultetu je mnogo kolegija koji razvijaju teoretsko znanje studenata. Konkretnije, ako govorimo o podacima vezanima za Hrvatsku, studenti se već na drugoj godini studija ekonomije i poslovne ekonomije kroz kolegij „Gospodarstvo Hrvatske“ upoznaju ne samo s terminima, nego i konkretnim brojevima vezanim uz gospodarsku strukturu Republike Hrvatske. U cijelom nizu podataka važno ih je pravilno strukturirati, a slikoviti grafički prikaz pomaže u njihovom boljem i dugotrajnijem pamćenju. Naime, kako bi studentima na zanimljiv način slikovito prikazali proces kojim se od sirovih podataka može doći do onih uz koje je moguće donositi poslovne odluke, dogovoren je projekt izrade i postavljanja skulpture od LEGO® kockica. Postavljanje se tematski uklopilo uz obilježavanje Europskog tjedna novca, koji organizira studentska udruga Financijski klub.

Skulptura prikazuje pet ključnih gospodarskih pokazatelja za Republiku Hrvatsku – broj zaposlenih, ukupne prihode, neto dobit, izvoz i investicije u razdoblju od 2010. do 2015. godine, a uz svaki je graf i analitički osvrt. Podaci se baziraju na Bisnodeovoj bazi podataka, a analizirali su ih članovi Financijskog kluba. Tako je na zanimljiv i interaktivan način predložen proces prikupljanja, sortiranja, analize i objave podataka putem LEGO® kockica.

U suradnji s partnerima nastojalo se strukturirati i slikovito prikazati podatke i varijable o kojima studenti često slušaju na fakultetu, no često ih suhoparnim učenjem iz knjige ne zapamte na način na koji bi oni ostali pohranjeni u dugotrajnoj memoriji. Na zanimljiv način pokušala im se približiti struktura hrvatskog gospodarstva te način na koji se u mnoštvu raznolikih podataka odabiru oni koji su potrebni za daljnju analizu.

#### **5. Ciljevi projekta**

Glavni je cilj projekta osmisliti i organizirati predavanja i radionice koja će održati predavači koji imaju praktična iskustva u polju koje obrađuju, a u svrhu obrazovanja i podizanja svijesti o financijskoj uključenosti, odnosno podizanja opće razine financijske pismenosti. Cilj koji je određen u 2017. godini proširen je na način uključivanja dodatnih institucija. Također, na tom

tragu je i projekt, koji se održao u sklopu projekta Europskog tjedna novca, gradnja skulpture pod nazivom „DataCROnomics – From Big Data to Smart Data“. U suradnji s tvrtkom Bisnode i Lego klubom Kockice intencija je bila dočarati na zanimljiv, jedinstven i jednostavan način proces pretvaranja velikog broja nestrukturiranih podataka u razumljive pokazatelje, te tako prikazati i približiti studentima Hrvatsku u brojkama. Gradnja skulpture bila je svojevrsan uvod u predavanja i radionice koje su se održale u tjednu Europskog tjedna novca, te se tako pokušalo educirati studente i ostalu zainteresiranu javnost o trendovima pet ključnih ekonomskih pokazatelja u Republici Hrvatskoj.

Ciljevi su projekta:

- Povećati zainteresiranost studenata prema gospodarskim trendovima te potaknuti sve studente za rad na vlastitom povećanju financijske pismenosti,
- Ponuditi studentima s interesom za financije adekvatne radionice i potrebnu edukaciju od strane eminentnih stručnjaka,
- Upoznati studente s financijskom industrijom i kretanjima na tržištu,
- Potaknuti umrežavanje studenata s interesima u financijama sa stručnjacima iz područja osiguranja, poslovnih informacija, investiranja te konzaltinga,
- Identificirati talentirane mlade osobe s interesom u financijama te im pružiti odgovarajuća znanja kako bi osnažili vlastite vještine prilikom donošenja financijskih odluka,
- Povećati razinu financijske pismenosti kako bi se poboljšale financijske odluke koje na društvo u cjelini.

Glavni je cilj pridonijeti općenitoj razini financijske pismenosti u Hrvatskoj te posljedično podignuti svijest o važnosti financijskog obrazovanja, financijske uključenosti i poduzetništva. Također, financijska pismenost podrazumijeva usvajanje znanja o financijskim konceptima, ali prije svega o financijskim rizicima. Na tome je prvenstveno stavljen naglasak s obzirom na sve financijske rizike i zamke kojima su mlade osobe izložene, a bez potrebnih znanja, rizici se još i više povećavaju. Organizacijom radionica, predavanja i okruglih stolova namjera je upravo financijske rizike demaskirati i ukazati na potrebne akcije koje su neophodne prilikom rukovanja financijskim instrumentima.

## **6. Tijek projekta**

Projekt *European Money Week* započela je studentska udruga Financijski klub 2015. godine, a provela ga je tada u suradnji sa studentskom udrugom eStudent. Ovogodišnji partneri projekta bili su vodeći europski ponuđač poslovnih informacija i analitičkih rješenja – poduzeće Bisnode i klub entuzijasta Lego kockica u Hrvatskoj, LEGO® klub Kockice.

Ove godine, osim stručnih predavanja i radionica, Financijski klub organizirao je i jedinstven, kreativan i inovativan događaj, slaganje 3D skulpture gospodarstva Hrvatske od više od 30 tisuća komada Lego kockica pod nazivom „DataCROnomics“. Cilj izrade skulpture bio je dočarati proces pretvaranja Big Data u Smart Data na zanimljiv, jedinstven i jednostavan način.

Skulptura je prikazivala pet ključnih ekonomskih pokazatelja (izvoz, investicije, broj zaposlenih, neto dobit, ukupni prihodi) u razdoblju od 2008. do 2015. godine na temelju podataka iz sveobuhvatne Bisnodeove baze podataka. Otvorenje skulpture u ponedjeljak 27. ožujka, označilo je uvod u Europski tjedan novca koji se održao od 27. do 31. ožujka na Ekonomskom fakultetu u Zagrebu.

Projekt se odvijao u nekoliko faza:

- Formiranje tima
- Određivanje ciljeva i načina rada
- Raspodjela uloga
- Promocija i edukacija
- Provedba projekta

### **Formiranje tima**

Nakon prošlogodišnjih uspjeha i velike zainteresiranosti javnosti, članovi Financijskog kluba odlučili su nastaviti s projektom i ove godine. Cilj i želja za pozicioniranjem Financijskog kluba kao udruge koja može širokoj studentskoj javnosti pružiti kvalitetno financijsko obrazovanje, ali i dati im priliku i osjećaj sudjelovanja u društveno korisnom i odgovornom radu, ostali su isti te se i dalje smisao projekta temeljio na tome. Interni natječaj unutar Financijskog kluba proveden je krajem 2016. godine i tako je oformljen tim od 11 članova koji su pristupili razradi i organizaciji projekta.

## **Određivanje cilja i načina rada**

Prvi sastanak tima održan je 17. siječnja 2017. godine. Na sastanku je dogovoren plan rada i okvirni rokovi izvršenja projekta. Organizatorima je prezentirana ideja izrade skulpture od Lego kockica na temelju čega je proveden *brainstorming* naslova skulpture, pri čemu je dogovoren naziv „DataCROnomics“ kao jedinstven spoj triju ključnih riječi: podataka (*data*), gospodarstva, odnosno ekonomije (*economics*) i Hrvatske (*CRO*). Tako se željela privući pozornost studenata zbog popularnosti *hashtaga* #CRO u sklopu prošlogodišnjeg Europskog prvenstva u nogometu na društvenim mrežama. Sam naziv skulpture reflektirao je ideju prikaza gospodarstva Hrvatske kroz pet ključnih ekonomskih pokazatelja u svrhu promicanja društveno odgovornog i korisnog rada akademske zajednice te poticanja financijske pismenosti i obrazovanja studenata i šire javnosti.

## **Raspodjela uloga**

Nakon postavljanja ciljeva i definiranja načina rada tima, članovima su podijeljene uloge, tj. zadaci koje svaki od članova treba odraditi. Svi su članovi bili zaduženi za koordinaciju i pomoć pri nadzoru izgradnje 3D skulpture *DataCROnomics* u petak, 24. ožujka te za analizu grafikona ključnih ekonomskih pokazatelja koji su bili postavljeni ispred same skulpture. Svaki član organizacijskog tima ujedno je preuzeo i odgovornost za jedan ili više dana u sklopu Europskog tjedna novca i za promociju, odnosno prezentaciju projekta u sklopu financijskih kolegija na Ekonomskom fakultetu u Zagrebu.

## **Promocija i edukacija**

Ovim projektom nastoji se na globalnoj razini podignuti svijest o važnosti financijskog obrazovanja, financijske uključenosti i poduzetništva. Putem Facebook stranice Bisnodea, Financijskog kluba te LEGO® kluba Kockice nastojalo se zainteresirati studente, ali i širu javnost za događaj slaganja kockica. Osim Facebooka kao najrasprostranjenije socijalne mreže koristili smo i Instagram te Youtube kanal preko kojeg je sva zainteresirana javnost mogla vidjeti na koji je način nastala skulptura s više od 30.000 lego kockica.

Promocija se odvijala na fakultetima Sveučilišta u Zagrebu. Članovi tima putem vlastite promocije kroz štandiranje, dijeljenje letaka te održavanje kratkih prezentacija na određenim kolegijima, promociju vrše i kroz medije. Tako je događaj medijski pokriven preko portala Studentski.hr, Večernji list, Lider, 24 sata, Srednja.hr i mnogih drugih. Osim toga, TV



Student na dan slaganja skulpture snimio je prilog o samom događaju uz objašnjenje što skulptura predstavlja, dok su novinari 24 sata uživo izvještavali o slaganju skulpture.

Kao i prošle godine edukacija zainteresirane javnosti odvijala se na predavanjima koja su bila organizirana na Ekonomskom fakultetu u Zagrebu. U suradnji s partnerima Kluba, organizirana su predavanja koje su održali stručnjaci iz prakse. Na predavanja su se osim studenata Ekonomskog fakulteta u Zagrebu našli i studenti Fakulteta elektrotehnike i računalstva, Filozofskog fakulteta u Zagrebu, Farmaceutskog fakulteta u Zagrebu te Prirodoslovno matematičkog fakulteta. Svi sudionici imali su prilike izravno upitati govornike za goruća pitanja trenutnog gospodarskog stanja u državi.

Predavanja koje su sudionici Europskog tjedna novca imali prilike čuti:

- 27. ožujka – Otvaranje skulpture *DataCRONomics* & Excel radionica *Big Data u financijama*

Svečano otvaranje skulpture Gospodarstva Hrvatske održalo se u knjižnici na Ekonomskom fakultetu u Zagrebu. Skulptura prikazuje pet ključnih ekonomskih pokazatelja, a izgrađena je s više od 30.000 lego kockica. Više od 30 studenata s različitih fakulteta sudjelovalo je u gradnji skulpture.

Na Excel radionici, Branimir Kovačić iz Bisnodea pokazao nam je što znače velike baze podataka u financijama te što sve iščitavamo iz njih. Na jednostavan način dolazimo do podataka na kojima zatim temeljimo kvalitetne poslovne odluke.

- 29. ožujka – Izazovi i budućnost industrije osiguranja & Mirovinska reforma

Nikola Mišetić iz Croatia Osiguranja objasnio je s kojim se izazovima susreće industrija osiguranja te kako on smatra da će u budućnosti biti. Isto tako nazočnim posjetiteljima rado je odgovarao na pitanja kako se osigurati.

Kristijan Buk iz Allianz Zagreba u suradnji s Hrvatskim uredom za osiguranje održao je predavanje o mirovinskoj reformi. Nazočne studente upoznao je s „Piramidom života“, odnosno kada i na koji način početi štedjeti za starost.

- 30.ožujka – Case study NPL Sale Process

Ivan Cicvarić, senior u odjelu savjetovanja pri poslovnim transakcijama u EY-u predstavio je studentima konzalting industriju. Prisutni studenti imali su i priliku sudjelovati u rješavanju case studyja na temu NPL-a (Non Performing Loans), čime im je omogućena praktična upotreba znanja stečenih na fakultetu, kao i mogućnost da se okušaju u ulozi konzultanta.

- 31. ožujka – UCITS fondovi i tržište u Hrvatskoj

Tema predavanja bila je kako izabrati investicijski fond. Studenti su naučili što sve treba napraviti prije početka ulaganja, kako i kada početi ulagati te koje su razlike u investicijskim fondovima u Hrvatskoj i svijetu. Sve to iz prve su ruke mogli saznati od gospodina Miroslava Maletića, zaposlenog u PBZ Investu.

## **Provedba projekta**

Projekt je službeno održan od 27.ožujka do 31.ožujka. Međutim, samo slaganje skulpture *DataCRONomics* održalo se u petak, 24.ožujka.

U sklopu Europskog tjedna novca svi zainteresirani sudionici imali su priliku prisustvovati predavanjima iz različitih financijskih područja – osiguranja, poslovnih informacija, investiranja te konzaltinga.

## **7. Analiza projekta**

### **Operativni ciljevi i ciljna skupina projekta**

Kako bi se postigao glavni cilj projekta Europskog tjedana novca, a to je podizanje svijesti o važnosti financijske edukacije kod svih građana, a ponajviše mlađih generacija, projektni tim Financijskog kluba radio je na ostvarenju zadanih operativnih ciljeva.

Neki od tih operativnih ciljeva bili su organiziranje slaganja Lego kockica u interaktivne grafove (*DataCRONomics*) koji pokazuju ekonomske trendove hrvatskog gospodarstva, organiziranje predavanja o aktualnim trendovima u financijskoj industriji od strane predavača

koji direktno sudjeluju u kreiranju tih trendova i organiziranje radionica na kojima su predavači prenosili znanja iz *software* alata koji će pomoći sudionicima pri savladavanju svih izazova koji dolaze iz svijeta financija te koji će na kraju povećati konkurentnost mladih na tržištu rada.

Ciljnu skupinu projekta čine svi studenti neovisno o fakultetu na kojem studiraju s obzirom na to da svijet financija na sve utječe jednako, bez obzira na struku i zanimanje za koje se osoba odlučila u životu. Da bi se sudjelovalo u projektu prethodno znanje sudionika nije bilo potrebno zato što je cilj samog projekta da se sudjelovanjem na predavanjima educiraju svi sudionici.

### **Prednosti predmeta projekta**

Europski tjedan novca pruža brojne koristi njegovim sudionicima i društvu u kojem se odvija. Sažeto prikazane pozitivne karakteristike koje projekt pruža su: edukacija, financijsko opismenjavanje, umrežavanje ili *networking* i potpora od strane stručnjaka iz financijske industrije projektu. Tablica u nastavku detaljno prikazuje pojedine prednosti projekta.

#### **1. Edukacija**

Tijekom projekta organizirane su radionice i predavanja na kojima su sudionici imali mogućnost naučiti primjenjivati Excel alate za upravljanje velikim bazama podataka, slušati stručnjake iz industrije investicijskih fondova, trendovima u osiguranju te na primjeru poslovnog slučaj vidjeti kako izgleda proces prodaje "loših kredita" od strane velikih financijskih institucija. Prisustvovanjem na predavanjima i radionicama sudionici su se upoznali s trendovima u financijskoj industriji i povećali svoju konkurentnost na tržištu rada.

#### **2. Financijsko opismenjavanje**

Putem projekta Europskog tjedna novca, velik broj studenata različitog interesa ima priliku upoznati se s osnovnim pojmovima povezanim uz osobne financije, financijska tržišta i financijsku industriju te time podignuti razinu svojeg razumijevanja svih mogućnosti koja financijska tržišta nude, a time i prepoznati sve opasnosti koja proizlaze iz nepoznavanja osnovnih financijskih koncepata i termina koji u sadašnjosti i budućnosti mogu itekako utjecati na financijski položaj njih samih, a tako i na njihov život.

#### **3. Umrežavanje**

Uz edukaciju prilikom sudjelovanja na projektu, sudionici dobivaju priliku da dođu u doticaj s kolegama koji dijele slične interese kao i oni sami, a još važnije dobivaju priliku stupiti u direktnu komunikaciju sa stručnjacima iz financijske industrije i priliku da im

postave pitanja o područjima svojih interesa i mogućnostima zapošljavanja.

#### **4. Potpora stručnjaka**

Tijekom održavanja cijelog projekta brojni stručnjaci iz financijske industrije podržali su projekt održavanjem predavanja i radionica tijekom kojih su rado odgovarali na sva pitanja.

## **8. Brief projekta**

**Projekt:** European Money Week 2017 (Europski tjedan novca 2017.)

**Autori projekta:** Organizacijski tim Financijskog kluba

**Datum:** Veljača – Ožujak 2017.

### **Misija**

Financijski klub nastoji osvijestiti značaj financijskih instrumenata, institucija i financijske regulacije među studentima te kroz radionice, predavanja i okrugle stolove pružiti mogućnost studentima za stjecanje, odnosno proširivanje znanja o svim segmentima financijske djelatnosti te stvaranja osjećaja primjene tog znanja u svakodnevnim odlukama.

### **Očekivani rezultati**

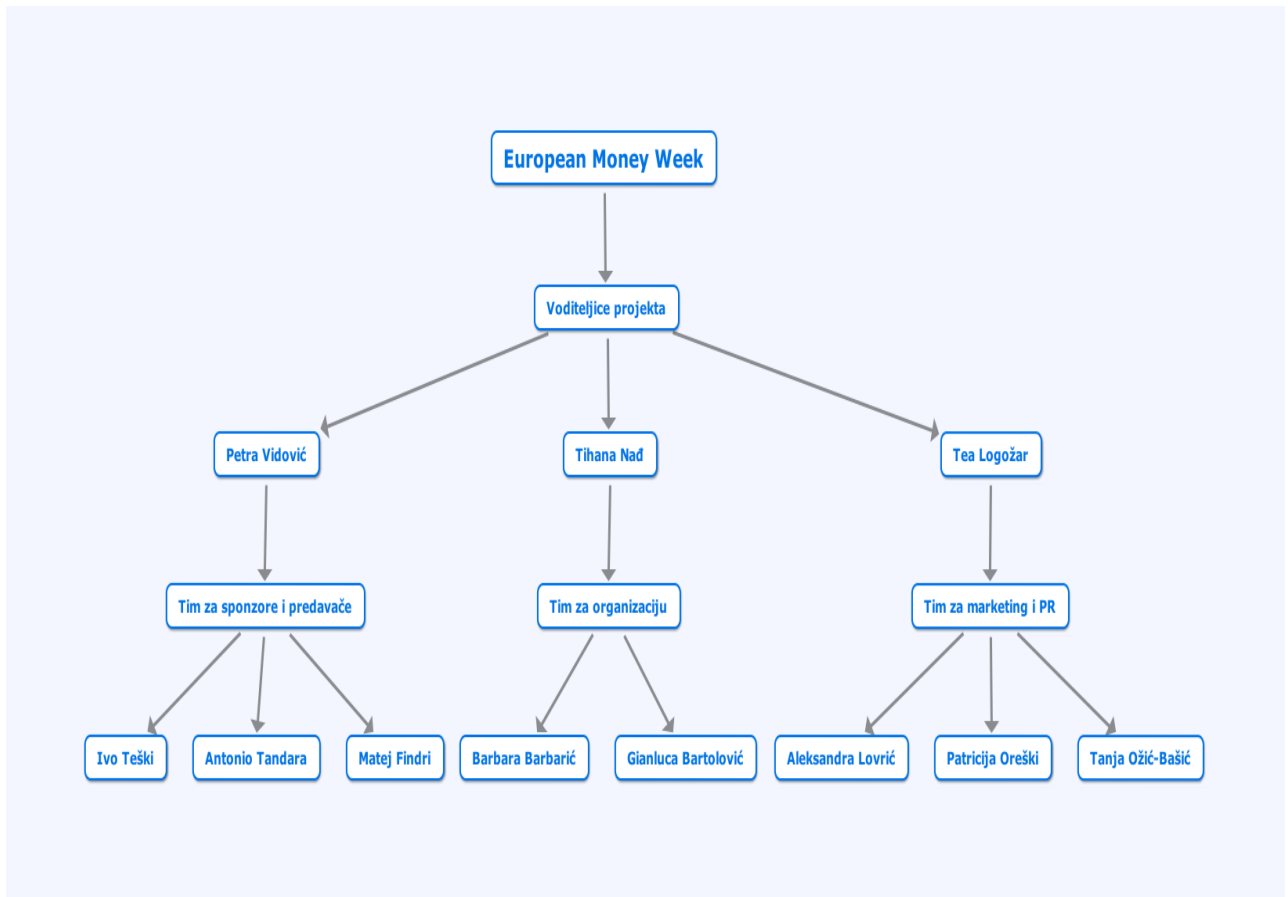
Očekuje se obuhvat značajnog broja studenata ovim projektom, a prvotni cilj za ovu akademsku godinu uključivao je isključivo studente EFZG-a što je nadmašeno širenjem na ostale studente Sveučilišta u Zagrebu. S obzirom na sam značaj Europskog tjedna novca, očekuje se kako će projekt postati tradicija na Ekonomskom fakultetu u Zagrebu, koja će se održavati kroz generacije čime će se broj sudionika povećavati, a sukladno time i financijska pismenost. Što se tiče ovogodišnjih sudionika, očekuje se kako će im navedeni projekt pružiti zanimljivo iskustvo te vrijedna znanja koje će ih obogatiti prvenstveno novim vještinama, poznanstvima i pogledima na financije u globalu, te razviti osjećaj primjene tog znanja u praksi.

## **9. Organizacija projekta**

### **Struktura projektnog tima**

Projektni tim European Money Weeka za 2017. godinu čine članovi Financijskog kluba koji su ujedno i studenti Ekonomskog fakulteta u Zagrebu. Tim je sastavljen početkom prosinca

tekuće godine nakon pažljive selekcije zainteresiranih članova Financijskog kluba. Svi članovi su redoviti studenti s različitih smjerova i različitih godina studiranja koji su se unatoč pretrpanim rasporedima i obvezama odlučili odvažiti u organizaciji projekta, te tako steći novo iskustvo. Projektni tim sastoji se od 11 članova podijeljenih u nekoliko podskupina, ovisno o danu u tjednu za koji su bili zaduženi kao voditelji. Zadaci su bili distribuirani preko glavnih voditelja projekta koji je upravljao i organizirao poslove. Ostali članovi tima, osim interesa i znanja iz područja financija, imaju potrebna organizacijska i marketinška znanja.



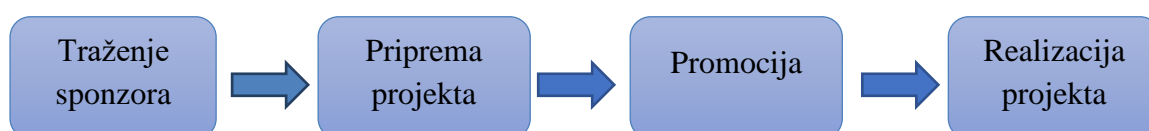
Slika 1 Struktura projektnog tima

Odgovornosti članova tima obuhvaćaju:

Ime i prezime člana	Odgovornost
Petra Vidović	Voditeljica projekta, koordiniranje članova tima, dodjeljivanje zadataka, organizacija predavanja, komunikacija sa sponzorima i predavačima, nadgledanje projekta

Tea Logožar	Voditeljica projekta, koordiniranje članova tima, dodjeljivanje zadataka, plan promocije, komunikacija sa sponzorima, marketing, kontakti s medijima, objave na portalima
Tihana Nađ	Voditeljica projekta, koordiniranje članova tima, dodjeljivanje zadataka, komunikacija sa sponzorima i predavačima
Tanja Ožić-Bašić	Organiziranje prostora za predavanje, financije projekta, projektna dokumentacija
Patricia Oreški	Marketinške aktivnosti, objave na portalima, promotivni materijali
Barbara Barbarić	Organiziranje prostora za predavanje, asistiranje predavaču
Gianluca Bartolović	Asistiranje predavaču, organizacija prostora za predavanje
Aleksandra Lovrić	Marketinške aktivnosti, objave na portalima
Antonio Tandara	Asistiranje predavaču, komunikacija sa sponzorima i predavačima, promocija događaja na fakultetu
Ivo Teški	Asistiranje predavaču, komunikacija s predavačima.
Matej Findri	Promocija događaja na fakultetu, objave na portalima

### Proces implementacije programa



## **Traženje predavača i sponzora**

Početak prosinca 2016. godine i do kraja veljače trajala je prva faza u implementaciji projekta. Glavni cilj je bio pronaći kvalitetne i kvalificirane predavače koji svojim iskustvom i znanjem udovoljavaju standardima cijelog projekta. Također, cilj je bio pronaći i angažirati zainteresirana poduzeća iz financijskog sektora koji bi sponzorirali, tj. financirali projekt kako bi se s raspoloživim financijskim sredstvima krenulo u pripremu projekta. Osim toga, ugovorena je i suradnja s medijskim partnerima.

## **Priprema projekta**

Krajem veljače i početkom ožujka radilo se na detaljnoj pripremi projekta. Projektni tim je precizno definirao način provođenja edukacijskih predavanja po danima, razradio detaljan troškovnik i plan promotivnih aktivnosti, dizajnirao i izradio sve potrebne promotivne materijale (roll up, plakati, letci, brošure). Uz to su kontaktirani i fakulteti na kojima je bila direktna promocija projekta.

## **Promocija**

Treća faza provodila se sredinom ožujka. U tom periodu radilo se na provođenju plana marketinških aktivnosti. Osim kontinuiranih aktivnosti na društvenim mrežama, jedni od glavnih angažmana tima su bile promocije na fakultetu koje su se sastojale od prezentacija događaja na različitim kolegijima kako bi što više ljudi direktno obavijestili o održavanju događaja. U tu svrhu su bili podijeljeni i promotivni letci koji su sadržavali općenite informacije i vrijeme održavanja predavanja. Također u svrhu promocije održavala su se i štandiranja na fakultetu, gdje su svi zainteresirani studenti mogli direktno od organizacijskog tima saznati detaljnije informacije o događaju.

## **Realizacija projekta**

Projekt European Money Week održan je u periodu od 27. do 31. ožujka. U navedenom periodu održano je 4 predavanja.

1. Predavanje (27.3.): Excel radionica *Big data u financijama*, Bisnode.
2. Predavanje (29.3.): *Izazovi i budućnost industrije osiguranja*, Croatia osiguranje  
Piramida života, Allianz Zagreb
3. Predavanje (30.3.): *Case study: Non-Performing Loans*, EY
4. Predavanje (31.3.): *UCITS fondovi i tržište u Hrvatskoj*, PBZ Invest

Cilj je predavanja bio prvenstveno edukacijske naravi, kako bi zainteresiranim studentima pružio uvid u tome kako funkcioniraju određeni odjeli u sklopu velikih financijskih društava i kako bi saznali neke od glavnih trendova u Hrvatskoj.

### **Opis obaveza tima**

U cijelom procesu implementacije projekta nužna je bila koordinacija i angažman svih timova unutar projekta. Poslovi su organizirani u 3 područja za koja su sastavljena 3 tima sukladno kompetencijama članova. U svakoj fazi procesa implementacije, jedan je tim imao ključnu ulogu, a ostali potpornu.

### **Tim za traženje predavača i sponzora**

U prvoj fazi implementacije projekta ovaj tim je imao glavnu ulogu. Zbog strateškog značaja i opsežnog znanja o projektu, glavni voditelji projekta i određeni članovi su bili sastav tima koji je tražio predavače i sponzore. Tim je bio zadužen za izradu prospekta projekta i sponzorskih paketa, definiranje potencijalnih sponzora i predavača te njihovo kontaktiranje za suradnju. Također, zadaća im je bila kontinuirano komunicirati s partnerima te ih izvještavati o bilo kakvim promjenama tijekom trajanja projekta.

### **Tim za organizaciju**

Tim za organizaciju imao je zadatak uskladiti obaveze ostalih timova, organizirati prostor te vremenske okvire. Zadatak je bio napraviti plan štandiranja po fakultetima i pribaviti dozvole za njih te angažirati predavače i koordinirati sve ostale sudionike. Samim time, njihova zaduženja nisu stala samo na pripremama nego su također nastavljena kroz cijelo trajanje projekta organiziranjem predavanja i rješavanjem mogućih problema u toku projekta.

### **Tim za marketing i PR**

Tim je zadužen za izradu promotivnih materijala, plana marketinških aktivnosti po društvenim mrežama, komunikacija s medijima i ostalim interesnim skupinama. Glavne marketinške aktivnosti su bile usmjerene na društvene mreže (Facebook i Instagram profili Financijskog kluba), internetske stranice (Financijskog kluba) i direktni marketing putem štandiranja.



## 10. Analiza marketinških aktivnosti

### Definiranje ciljne skupine

Budući da je financijska pismenost tema koja je u Hrvatskoj zanemarena, kao ciljna skupina u najširem smislu, mogla bi se gledati cjelokupna javnost. Nažalost, prema brojnim provedenim istraživanjima, pokazalo se da su Hrvati u prosjeku financijski nepismeni. Zbog toga su projekti i inicijative poput ove prijeko potrebni. Ipak, vrlo je teško osmisliti projekt koji bi zadovoljio tako širu ciljnu skupinu. Zbog toga, projekt Financijskog Kluba, Europski tjedan novca usmjeren je na studente. Točnije, studente Sveučilišta u Zagrebu s interesom za dodatno financijsko opismenjavanje.

### Marketinška strategija

Strategija marketinga oblikovana je tako da se u što većim razmjerima okupi ciljna skupina i da ih se na što kvalitetniji način upozna s projektom i svim predavanjima. Cijela marketinška strategija komuniciranja bila je koncipirana u dva dijela. Prvi dio odnosio se na komuniciranje projekta *DataCRONomics*, koji je služio kao uvertira u Europski tjedan novca, dok se drugi dio odnosio na sam tjedan novca, odnosno komuniciranje predavanja i radionica u sklopu istog. Kao kanali komunikacije odabrani su internetski komunikacijski kanali (newsletter, internetska stranica, Instagram, Facebook, novinski i studentski portali i sl.) te direktan marketing putem tiskanih materijala i usmene komunikacije koji će se u nastavku pobliže opisati.

### Internetski marketing

Studenti su populacija koja je informatički pismena te velik dio svog radnog i slobodnog vremena provode na Internetu. Sukladno tome, marketinška aktivnost bila je uvelike usmjerena na portale koje čitaju studenti te društvene mreže pri čemu je najveći naglasak stavljen na Facebook i Instagram.

### DataCRONomics

Što se tiče *DataCRONomics* dijela, komunikaciju smo započeli objavljivanjem tzv. *teasera* kojim smo htjeli kod ciljne skupine postići efekt znatiželje i uzbuđenja. *Teasere* smo objavljivali putem Facebooka te Instagrama (Slike 1 i 2). Drugi dio kampanje odnosio se na „otkrivanje“ o čemu se točno radi – slaganju skulpture o hrvatskom gospodarstvu od LEGO kockica. Kako bi privukli ljude, potaknuli interes i ostvarili zadane ciljeve, kreirali smo i Facebook događaj te objavili niz objava iz kojih je vidljivo o čemu se točno radi. Budući da je

projekt *DataCRONomics* organiziran u suradnji s našim partnerom, Bisnodeom, objave su se objavljivale i sa službenih Facebook i Instagram profila Financijskog Kluba, kao i sa službenih profila Bisnodea.



Slika 2 Teaser za DataCRONomics na FB



Slika 5 Teaser DataCRONomics IG



Slika 3 Najava DataCRONomics Facebook (Bisnode Hrvatska)



Slika 4 Najava DataCRONomics Facebook (FK)



**Slika 6 DataCRONomics događaj na Facebooku (event)**

Naravno, uz aktivnosti na društvenim mrežama postigli smo i veliku zapaženost na internetskim portalima, među kojima se izdvajaju 24 sata, Večernji list, Tportal, Lider, studentski.hr, moj fax i ostali. Neke od objava prikazane su u nastavku.



**Slika 7 Live prijenos na 24sata (Facebook stranica)**

vecernji.hr

**VL HRVATSKA** 33

## Predstavljena skulptura hrvatskog gospodarstva od 30.000 Lego kockica

Riječ je o skulpturi koja sadrži 5 ključnih ekonomskih pokazatelja od 2010. do 2015. godine, a koju su uz pomoć LEGO kockica u studenti gradili punih 6 sati

136 PREGLEDA

 Pošalji
  Svida mi se
  Podijeli 13
  Tweetaj



Foto:



Slika 8 Objava-vecernji.hr

<https://www.vecernji.hr/vijesti/predstavljena-skulptura-hrvatskog-gospodarstva-od-30000-lego-kockica-1159275>

tportal.hr

Autor: V. I.  
Zadnja izmjena 23.03.2017 14:43



Izvor: Profimedia / Autor: Profimedia

**Da slaganje kockica nije samo dječja igra moći će se vidjeti na Ekonomskom fakultetu u Zagrebu, gdje u petak počinje izgradnja skulpture DataCRONomics koja će s 30 tisuća komada raznobojnih Lego® kockica predstavljati hrvatsko gospodarstvo**



Slika 9 Objava-Tportal

<https://www.tportal.hr/funbox/clanak/nase-vam-je-gospodarstvo-enigma-shvatit-cete-kad-se-posloze-kockice-20170323>

**K**ako na nesvakidašnji način dočarati pretvaranje velike količine nestrukturiranih podataka u informacije na temelju kojih je moguće donijeti poslovnu odluku? Upravo je to bio cilj projekta **DataCRONomics** koji je u ponedjeljak svečano predstavljen u knjižnici zagrebačkog Ekonomskog fakulteta. Riječ je o zajedničkom projektu tvrtke Bisnode, vodećeg ponuđača poslovnih informacija i udruge studenata Financijski klub. Uz pomoć **više od 30.000 komada** raznobojnih LEGO® kockica, prošlog je petka na Ekonomskom fakultetu **više od 50 studenata** imalo priliku sudjelovati u izgradnji skulpture DataCRONomics te na zanimljiv i drugačiji način doživjeti proces pretvaranja Big Data u Smart Data. Svaka pojedinačna LEGO® kockica predstavljala je jedan podatak, koji je, nakon procesa sortiranja i slaganja činio dijelic skulpture DataCRONomics koja prikazuje 5 ključnih ekonomskih pokazatelja **u razdoblju od 2010. do 2015. godine.**

Veliku podršku projektu pružio je Ekonomski fakultet, a predstavljanju skulpture nazočio je i doc. dr.sc. **Božidar Jaković**, prodekan za nastavu, studente i upravljanje kvalitetom. Istaknuo je kako Ekonomski fakultet podržava ovakve zanimljive projekte koji imaju za cilj povećati kvalitetu studiranja te omogućiti studentima da uče na kreativan i inovativan način.

tportal.hr



Naše vam je gospodarstvo enigma? Shvatit ćete

Skulptura DataCRONomics je zajednički projekt tvrtke Bisnode, vodećeg ponuđača poslovnih informacija i udruge studenata Financijski klub.

Njome će pokušati dočarati proces pretvaranja Big Data u Smart Data, odnosno osnovne misije tvrtke Bisnode, a to je skraćivanje procesa donošenja odluka plasiranjem brze, točne i provjerene informacije.

'Svakodnevno vršimo više od 250.000 dnevnih provjera i preko 9.000 dnevnih izmjena, dok cjelokupna baza podataka sadrži preko 300 milijuna zapisa. Projekt DataCRONomics dočarat će ono što naši stručnjaci svakodnevno rade - pretvaranje velike količine podataka u informacije potrebne za odlučivanje', pojašnjavaju iz Bisnodea.

Skulpturu je dizajnirao **Matija Pužar**, ovlašteni suradnik Lego® grupe, a prikazivat će 5 ključnih ekonomskih pokazatelja - Izvoz, investicije, broj zaposlenih, neto dobit i ukupne prihode u razdoblju od 2010. do 2015. godine.

Podatke su na temelju Bisnodeove baze analizirali studenti iz udruge Financijski klub, a slaganje skulpture koordinirat će Lego® klub Kockice.



**LIDER**

Jeste li spremni za izazov?  
Pridružite se u izgradnji  
DataCRonomics skulpture  
od LEGO kockica

24/03/2017 • promo

**KAKO**  
OD SIROVIH PODATAKA DO KONKRETNE INFORMACIJE ZA DONOŠENJE ODLUKE?

Autor **promo**

gosucker.com

**Skulptura hrvatskog  
gospodarstva od 30.000  
LEGO kockica**

Na Ekonomskom fakultetu Sveučilišta u Zagrebu započinje izgradnja jedinstvene skulpture DataCRonomics. Riječ je o zajedničkom projektu tvrtke Bisnode i udruge studenata Financijski klub. Uz pomoć više od 30 tisuća komada raznobojnih LEGO kockica, dočarat će se proces pretvaranja Big Data u Smart Data.

🕒 24.03.2017 15:45:21 👁️ 0

👁️ Popular < >

Slika 10 Objava- LIDER i gosucker.com-Lider Media

ictbusiness.info

**Dovršena skulptura  
hrvatskog gospodarstva  
od LEGO kockica**

👤 Boris Očić 🕒 29.03.2017. 🖨️ Print  
💬 Komentiraj

Foto: **Bisnode**

Kako smo izvjestili prošlog tjedna, na Ekonomskom fakultetu Sveučilišta u Zagrebu započela je izgradnja jedinstvene skulpture DataCRonomics. Riječ je o zajedničkom projektu tvrtke Bisnode i udruge studenata Financijski klub. Uz pomoć više od 30 tisuća komada raznobojnih LEGO kockica oni su pokušali vizualizirati proces korištenja podataka.

*"Naša osnovna misija je skratiti proces donošenja odluka plasiranjem brze, točne i provjerene informacije. Ovaj projekt dočarao je ono što naši stručnjaci svakodnevno rade, a to je pretvaranje velike količine podataka u informacije potrebne za odlučivanje. Drago nam je da je Uprava Ekonomskog fakulteta prepoznala našu želju da se na drugačiji način uključimo u studentsku svakodnevnicu",* rekla je Ana Butara iz Bisnodea.

Skulptura, koju je dizajnirao Matija Pužar, ovlaštenu suradnik LEGO grupe, prikazuje izvoz, investicije, broj zaposlenih, neto dobit i ukupne prihode u spomenutom razdoblju. Podatke su na temelju Bisnodeove baze analizirali studenti iz udruge Financijski klub, a slaganje skulpture, koje je trajalo punih 6 sati, koordinirao je LEGO klub Kockice. Skulptura DataCRonomics izložena je na Ekonomskom fakultetu u Zagrebu, a svi zainteresirani mogu ju razgledati radnim

Slika 11 Objave-ictbusiness.info

<http://www.ictbusiness.info/vijesti/dovrsena-skulptura-hrvatskog-gospodarstva-od-lego-kockica>

studentski.hr

studentski.hr

EUROPSKI TJEDAN NOVCA U HRVATSKOJ

## LEGO kockicama do bolje financijske pismenosti

FINANCIJSKI KLUB EKONOMSKI FAKULTET U ZAGREBU

LEGO KOCKICE DATACRONOMICS NOVAC PROJEKT

**KAKO**  
OD SIROVIH PODATAKA DO KONKRETNE INFORMACIJE ZA DONOŠENJE ODLUKE?



INTERAKTIVNO, EDUKATIVNO, ZABAVNO, ZANIMLJIVO.

Bisnode

Pomoću 28 750 šarenih kockica LEGO klub vjerno će prikazati stanje ekonomije u razdoblju od 2010. do 2015. godine

Iako iz područja ekonomije često dobivamo

STUDENTI ZABAVA VIJESTI KOLUMNINE

studentski.hr POSLOVI OGLASNIK SKRIPTE UDRUGE

Riječ je o događaju koji udruga **Financijski klub** tradicionalno organizira s ciljem povećanja financijske pismenosti i znanja društva. Ono što program nudi stručni su predavači koji će serijom predavanja, radionica i okruglih stolova pokušati pojednostavniti proces financija. Kvalitetu projekta garantira i suradnja s tvrtkom Bisnode, jednom od vodećih europskih tvrtki za pružanje poslovnih i analitičkih rješenja koja surađuje s više od 250 milijuna tvrtki diljem svijeta i čije je sjedište u Stockholmu.

Čak i ako niste ljubitelj financija, razlog je više da istražite što projekt nudi golemu LEGO skulptura koja će biti izložena na Fakultetu. Naime, ne radi se o bilo kakvoj izložbi, već o 28 750 komada popularnih kockica koji će tvoriti DataCRonomics skulpturu.

LEGO klub Kockice tako će na zanimljiv i jedinstven način predložiti 5 ključnih pokazatelja koji tvore ekonomiju neke kompanije ili države. Rječnikom ekonomista, prezentirat će pretvaranje *Big Data* u *Smart Data*. Kako bi ovaj kreativan izričaj ujedno bio i vjeran pokazatelj realnog stanja ekonomije od 2010. do 2015. godine, informacije su preuzete iz Bisnodeove sveobuhvatne baze podataka. Sam nacrt izradio je suradnik LEGO grupe, dok će se za gradnju pobrinuti LEGO entuzijasti kluba Kockice.



Slika 12 Objava-studentski.hr

<http://studentski.hr/studenti/financije/lego-kockicama-do-bolje-financijske-pismenosti>

mojfaks.com

**DATAcronomics** FROM BIG DATA TO SMART DATA

EKONOMSKI FAKULTET / ZAGREB

PETAK, 24.3.2017. OD 10 SATI

**JESTE LI SPREMNI ZA IZAZOV?**

Pretvaramo 28.750 LEGO® kockica u 5 ekonomskih pokazatelja u samo 1 dan!

PARTNERI PROJEKTA: Bisnode, Deloitte, EY, Croatia Osiguranje, PBZ Invest, Matija Pužar, LEGO Professional

foto: Facebook@Financijski klub

Čak 28 750 komada raznobojnih Lego kockica predstavlja isto toliko različitih podataka koji su nakon procesa sortiranja, provjere i analize uz pomoć i vodstvo LEGO Kluba Kockice stvorili DataCRonomics skulpturu. Na ovaj način su, uz pomoć kockica, na zanimljiv način dočarali jedinstven i jednostavan način proces pretvaranja Big Data u Smart Data. Veliki doprinos projektu dali su i LEGO stručnjaci - nacrt skulpture izradio je Matija Pužar, suradnik LEGO grupe, a sam proces slaganja vodili su članovi udruge Kockice.

Slika 13 Objave-mojfaks.com

<http://mojfaks.com/dogadjanja/dodjite-na-europski-tjedan-novca-studenti-zagrebacke-ekonomije-pokazat-ce-vam-zasto-se-isplati-biti-financijski-pismeni>

Čak 28 750 komada raznobojnih Lego kockica predstavlja isto toliko različitih podataka koji su nakon procesa sortiranja, provjere i analize uz pomoć i vodstvo LEGO Kluba Kockice stvorili DataCRonomics skulpturu. Na ovaj način su, uz pomoć kockica, na zanimljiv način dočarali jedinstven i jednostavan način proces pretvaranja Big Data u Smart Data. Veliki doprinos projektu dali su i LEGO stručnjaci - nacrt skulpture izradio je Matija Pužar, suradnik LEGO grupe, a sam proces slaganja vodili su članovi udruge Kockice.

Otvaranje postava skulpture DataCRonomics obilježilo je skori početak Europskog tjedna novca, a serije predavanja, radionica i okruglih stolova održat će se na Ekonomskom fakultetu od 27.3.2017 do 31.3.2017.



foto: Facebook@European Money Week

bisnode.hr

# DATAcronomics

FROM BIG DATA TO SMART DATA

**DATAcronomics** FROM BIG DATA TO SMART DATA

EKONOMSKI FAKULTET / ZAGREB

PETAK, 24.3.2017. OD 10 SATI

**JESTE LI SPREMNII ZA IZAZOV?**

Pretvaramo ~30.000 LEGO® kockica u 5 ekonomskih pokazatelja u samo 1 dan!

PARTNERI PROJEKTA: Bisnode, Financijski klub, Matije Pužara, LEGO

**Kada ste zadnji puta slagali LEGO kockice?**

**A jeste li ikad sudjelovali u procesu pretvaranja velike količine nestrukturiranih podataka u informacije potrebne za odlučivanje?**

Zahvaljujući zajedničkom projektu tvrtke Bisnode i udruge Financijski klub imate priliku za oboje! Svi zainteresirani imat će jedinstvenu priliku da sudjeluju u izgradnji skulpture **DataCRonomics**.

Skulptura **DataCRonomics** je dizajn Matije Pužara, ovlaštenog suradnika LEGO grupe.

Više od 30 000 komada raznobojnih LEGO kockica sastavljenih u jedinstvenu LEGO skulpturu predstavljat će isto toliko različitih podataka koji će u petak, 24.3.2017. na Ekonomskom fakultetu nakon procesa sortiranja, provjere i analize uz pomoć i vodstvo LEGO kluba Kockice činiti DataCRonomics skulpturu. Uz pomoć kockica, Bisnode i Financijski klub dočarat će na zanimljiv, jedinstven i jednostavan način proces pretvaranja Big Data u Smart Data – skulptura će prikazivati 5 ključnih ekonomskih pokazatelja (izvoz,

kockice.hr

# KOCKICE

Novosti Klub Kockice Dogadnja Informacije i linkovi Forum Članstvo Kontakti Galerijs

Alpine Bricks

#DataCRonomics

Bisnode Financijski klub

PREDSTAVLJAZU

**DATAcronomics** FROM BIG DATA TO SMART DATA

EKONOMSKI FAKULTET / ZAGREB

PETAK, 24.3.2017. OD 10 SATI

**JESTE LI SPREMNII ZA IZAZOV?**

Pretvaramo ~30.000 LEGO® kockica u 5 ekonomskih pokazatelja u samo 1 dan!

PARTNERI PROJEKTA: Bisnode, Financijski klub, Matije Pužara, LEGO

**Jeste li spremni za izazov? Pridružite nam se u izgradnji DataCRonomics skulpture od LEGO® kockica!**

Kada ste zadnji puta slagali LEGO kockice?

A jeste li ikad sudjelovali u procesu pretvaranja velike količine nestrukturiranih podataka u informacije potrebne za odlučivanje?

Zahvaljujući zajedničkom projektu tvrtke Bisnode i udruge Financijski klub imate priliku za oboje! Svi zainteresirani imat će jedinstvenu priliku da sudjeluju u izgradnji skulpture DataCRonomics.

Skulptura DataCRonomics je dizajn Matije Pužara, ovlaštenog suradnika LEGO grupe. Više od 30 000 komada raznobojnih LEGO kockica sastavljenih u jedinstvenu LEGO skulpturu predstavljat će isto toliko različitih podataka koji će u petak, 24.3.2017. na Ekonomskom fakultetu nakon procesa sortiranja, provjere i analize uz pomoć i vodstvo LEGO kluba Kockice činiti DataCRonomics skulpturu. Uz pomoć kockica, Bisnode i Financijski klub dočarat će na zanimljiv, jedinstven i jednostavan način proces pretvaranja Big Data u Smart Data – skulptura će prikazivati 5 ključnih ekonomskih pokazatelja (izvoz, investicije, broj zaposlenih, neto dobit, ukupni prihodi) u razdoblju od 2008. do 2015. godine na temelju podataka iz sveobuhvatne Biondatave baze podataka

## Slika 14 Objave naših partnera

<http://www.bisnode.hr/dogadanja/datacronomics>

<http://kockice.hr/index.php/dogadjanja/260-datacronomics>

Popis još nekih linkova pisanih objava:

Obavještajac.hr-<https://www.obavjestajac.hr/857154/jeste-li-spremnii-za-izazov-pridruzite-se-u-izgradnji-datacronomics-skulpture-od-lego-kockica-lider-m>

Whereevent- <http://www.wherevent.com/detail/Financijski-Klub-DataCRonomics-From-Big-Data-to-Smart-Data>

Osim objavama na internetskim portalima, dobar publicitet o projektu proširio se i na radio. Tako smo gostovali na Laganini radiju u emisiji *Laganini bar*. Također, Tv student je snimio i prilog o projektu DataCRonomics, kao i cijelom europskom tjednu novca: <https://vimeo.com/211657882> .

Za vrijeme slaganja skulpture, vršila se promocija objavljivanjem objava koje su imale za cilj uključiti i pozvati studente da nam se pridruže u slaganju.





**Slika 15 Dokumentiranje samog procesa na društvenim mrežama**

Naravno, tu komunikaciji nije bio kraj, jer je nakon slaganja uslijedio *Europski tjedan novca*. Na početku istoga održano je svečano otvorenje skulpture koje je ujedno poslužilo i kao svečano otvorenje cijelog tjedna novca. Samo otvorenje se održalo u Europskom dokumentacijskom centru – knjižničko dokumentacijskom centru Ekonomskog fakulteta u Zagrebu. Svečanom otvorenju prisustvovao je Prodekan za nastavu, studente i upravljanje kvalitetom Doc. dr. sc. Božidar Jaković kojem je uručena i zahvalnica Ekonomskom fakultetu Zagreb za sudjelovanje u projektu. Osim toga, na otvorenju su se okupili brojni studenti, profesori i asistenti, kao i voditeljica KDC – EDC Ekonomskog fakulteta – Zrinka Udiljak Bugarinovski.

Također, postprojektne aktivnosti uključivale su i objavljivanje albuma sa slikama, videa koji sažima cijeli projekt, kao i Timelapsea – ubrzane snimka slaganja skulpture.



Album DataCRONomics:

[https://www.facebook.com/pg/FinancijskiKlub/photos/?tab=album&album\\_id=1456237971067585](https://www.facebook.com/pg/FinancijskiKlub/photos/?tab=album&album_id=1456237971067585)

Album DataCRONomics – svečano otvaranje:

[https://www.facebook.com/pg/FinancijskiKlub/photos/?tab=album&album\\_id=1457235470967835](https://www.facebook.com/pg/FinancijskiKlub/photos/?tab=album&album_id=1457235470967835)

Video: <https://www.youtube.com/watch?v=61GKXIbyLJ8>

Timelapse: <https://www.youtube.com/watch?v=DHI4SEKLOJA>

 Bisnode Hrvatska 😊 feeling proud with Tea Logožar and 5 others at Faculty of Economics and Business, University of Zagreb.  
29. ožujka at 14:21 · 🌐

[DataCRONomics]

Tjedan smo započeli svečanim otvaranjem DataCRONomics skulpture - zahvaljujemo **Ekonomski fakultet Zagreb** koji je prepoznao značaj ovog edukativnog projekta i našim partnerima **LEGO Klub Kockice** te studentima iz udruge **Financijski Klub** s kojima smo uspješno realizirali još jedan projekt! :D



 Financijski Klub added 11 new photos to the album: DataCRONomics - svečano otvorenje — with Tea Logožar and 3 others at Faculty of Economics and Business, University of Zagreb.  
Posted by Tea Logožar  
30. ožujka at 11:33 · 🌐

Svečano otvorenje DataCRONomics skulpture



DataCRONomics - skulptura o hrvatskom gospodarstvu

Photo by: Bisnode



32 2 Shares

fk Financijski Klub with LEGO Klub Kockice and Bisnode Hrvatska.

Posted by Tea Logožar

29. ožujka at 14:22 · 🌐

Evo kako smo složili DataCRONomics skulpturu od 30.000 lego kockica u samo jednom danu! Stay Tuned za još iznenađenja! #DataCRONomics #LEGO #Timelapse

Video by: Bisnode



65 6 Shares 1,8 tis. Views

Like

Comment

Share

Slika 16 Album slika, video te Timelapse

## Europski tjedan novca

Kao što je već prije spomenuto, *DataCRONomics* skulptura bila je uvertira u Europski tjedan novca. U tjednu 27. – 31. ožujka održalo se niz predavanja i radionica u svrhu povećanja financijske pismenosti i općenito znanja studenata o financijama. Zahvaljujući svim marketinškim naporima, aktivnostima i komunikacijom, projekt *DataCRONomics* postigao je značajnu medijsku pažnju koja se prelila i na sam tjedan novca.

Usporedno s promocijom *DataCRONomicsa*, promovirala su se i događanja u sklopu tjedna novca. U tu je svrhu kreiran Facebook događaj u sklopu kojega su najavljivani gosti predavači i njihovi životopisi (<https://www.facebook.com/events/1812801782374094/>). Također, aktivnosti promocije i informiranja vršili smo i putem Instagrama, a dodatnu medijsku pažnju dobili smo i kroz internetske portale.



Slika 17 Objave na našim društvenim mrežama te neke od objava na portalima

Marketinšku komunikaciju tjedna zaokružili smo objavljivanjem albuma fotografija s predavanja i radionica te prigodnim objavama na Instagramu ([https://www.facebook.com/pg/FinancijskiKlub/photos/?tab=album&album\\_id=1459464674078248](https://www.facebook.com/pg/FinancijskiKlub/photos/?tab=album&album_id=1459464674078248)).



**Slika 18 Prigodne objave na Instagramu**

Također, cijeli projekt popraćen je i u službenom newsletteru Ekonomskog fakulteta Zagreb te osvrtnom na službenoj web stranici Financijskog Kluba.

Newsletter: <https://drive.google.com/file/d/0B5FRqCaKjPe4dklJWW9RdkEwWfK/view>

Objave na webu Financijskog Kluba – DataCRONomics: <http://finance.hr/bisnode-financijski-klub-predstavili-datacronomics-skulpturu-hrvatskog-gospodarstva-30-000-lego-kockica/>

Objave na webu Financijskog Kluba – Europski tjedna novca: <http://finance.hr/europski-tjedan-novca/>



## Direktni marketing

U okviru direktnog marketinga, provedeno je više aktivnosti čiji je cilj bio pobliže upoznati studente s projektom, informirati ih te zainteresirati za sudjelovanje. U tom pogledu održane su prezentacije o DataCROnomicsu, kao i o samom Europskom tjednu novca, odnosno pripadajućim radionicama i predavanjima. Prezentiranje se održavalo na kolegijima: Burze vrijednosnica - Doc. dr. sc. Mihovil Anđelinović, Financijske institucije i tržišta te Upravljanje institucionalnim investitorima - Doc. dr. sc. Jakša Krišto.

Nadalje, za potrebe direktnog marketinga, tiskali su se i informativno promotivni letci, koji su prikazani u nastavku.



Slika 19 A6 Letak prednja strana



Slika 20 A6 letak stražnja strana

Za potrebe slaganja skulpture *DataCRonomics* izrađen je tzv. *Presswall* te Instagram okvir koji su služili za dodatnu marketinšku promociju tijekom cijelog projekta, ali i nakon njega. U tijeku je nagradni natječaj koji je dio finalnih marketinških aktivnosti koji zaokružuju marketinšku pozadinu cijelog projekta.



Slika 21 Presswall i instagram okvir

## 11. Rezultati i statistika

Zahvaljujući velikim organizacijskim naporima i poduzetim opsežnim marketinškim aktivnostima Financijskog Kluba i Bisnodea, u petak, 24. ožujka slaganje skulpture *DataCRONomics* okupilo je mnoštvo zainteresiranih – studenata, profesora, medija, među kojima je bilo i onih najmlađih.

Preko 30.000 LEGO kockica slagalo se nešto više od 6 sati, a u samom slaganju sudjelovalo je preko 50 studenata s fakulteta sastavnica Sveučilišta u Zagrebu. Među sudionicima dominirali su studenti Ekonomskog fakulteta (85 %), dok su studenti Filozofskog te Pravnog fakulteta bili u manjini (15 %). Studenti su u prosjeku zadržali u slaganju oko 10 minuta. Zbog tako velike fluktuacije studenata, bilo je potrebno dobro koordinirati cijeli proces slaganja. Zbog toga su članovi organizacijskog tima, uz pomoć članova LEGO® Kluba Kockice nadgledali cijeli proces te bili na raspolaganju za sva pitanja, probleme i objašnjenja.

U ponedjeljak, 27.ožujka, skulptura je svečano otvorena. Otvorenje se održalo u Europskom dokumentacijskom centru – knjižničko dokumentacijskom centru Ekonomskog fakulteta Zagreb. Na samom otvorenju skupilo se dvadesetak studenata i zainteresiranih, a uručene su i zahvalnice fakultetu, LEGO® Klubu Kockice, Matiji Pužaru – dizajneru skulpture te Financijskom Klubu.



**Slika 22 Svečano otvorenje DataCRONomics skulpture**

Usljedile su prethodno opisane predavanja i radionice, prema rasporedu. Radionice i predavanja kroz tjedan bila su organizirana u grupama po dvadesetak studenata s ciljem da se zainteresiranim studentima na jednostavan i zanimljiv način približi područje od njihovog interesa. Predavači su tako uz pomoć individualnog pristupa pojedinom studentu mogli kvalitetno objasniti jednu od navedenih tema te je potaknuta interakcija između njih i studenata koji su mogli postavljati pitanja kako bi proširili svoje znanje ili saznali nešto novo. Od stečenog znanja mogu profitirati studenti u budućnosti prilikom zapošljavanja, ali i društvo u cjelini jer bez financijski pismenih i obrazovanih mladih ljudi nema ni ekonomskog razvoja zemlje.

U marketinškom smislu, rezultati projekta su impresivni.

Što se tiče medija, projekt je bio zastupljen kroz kanale televizije (TV student), radija (radio Laganini) te interneta (svi najvažniji internetski portali – tportal, Večernji list, 24 sata, Lider, studentski hr i sl.). Od dostupnih metrika, izdvajamo impresivnu brojku od preko 32.000 pogleda live prijenosa gradnje skulpture na internet portalu i Facebook stranici 24 sata. Mnogobrojne objave na internetskim portalima (opisane u marketinškim aktivnostima) donijele su cijelom projektu značajan pozitivan publicitet.



Slika 23 Prijenos naTVstudent

Što se tiče vlastitih marketinških aktivnostima, u nastavku slijedi pregled metrika aktivnosti na društvenim mrežama – Facebooku. U prosjeku je svaka objava imala doseg od preko 2600 osoba, 74 reakcija te 1090 klikova na objavu. Posebno se izdvaja *time lapse* video koji je dosegao preko 5000 osoba uz 1800 pogleda te 131 reakciju. S obzirom na to da Facebook stranica Financijskog Kluba broji oko 3000 sljedbenika, ove brojke su znatno nadmašile naša očekivanja. Što se tiče engagement ratea, u prosjeku su sve objave imale engagement rate preko 10 %. S obzirom na to da se objava s engagement rateom od preko 3 % može smatrati uspješnom, ovi podaci još jednom dokazuju uspješnost i popularnost samog projekta.

**Financijski Klub**  
Published by Tea Logožar [?] · March 15 at 11:23am · ©

Podaci + ekonomija + lego kockice = ? Spremam vam iznenađenje!  
#StayTuned

**Koliko je LEGO kockica na slici?**  
a) 10.750  
b) 20.250  
c) 30.150

**1,661** People Reached

**41** Reactions, Comments & Shares

<b>38</b> Like	<b>19</b> On Post	<b>19</b> On Shares
<b>1</b> Love	<b>0</b> On Post	<b>1</b> On Shares
<b>1</b> Comments	<b>0</b> On Post	<b>1</b> On Shares
<b>1</b> Shares	<b>1</b> On Post	<b>0</b> On Shares

**203** Post Clicks

<b>109</b> Photo Views	<b>0</b> Link Clicks	<b>94</b> Other Clicks #
------------------------	----------------------	--------------------------

**NEGATIVE FEEDBACK**

<b>0</b> Hide Post	<b>0</b> Hide All Posts
<b>0</b> Report as Spam	<b>0</b> Unlike Page

Get More Likes, Comments and Shares  
Boost this post for \$15 to reach up to 16,000 people.

1,661 people reached [Boost Post](#)

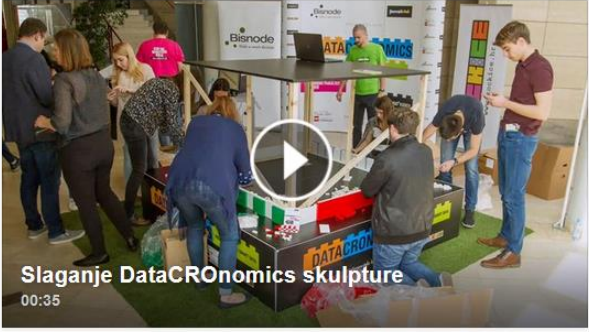
Ante Primorac, Patricija Oreški and 17 others · 1 Share

Like Comment Share



**fk Financijski Klub** with Bisnode Hrvatska and LEGO Klub Kockice.  
Published by Tea Logožar (?) · March 29 at 2:22pm · 🌐

Evo kako smo složili DataCRonomics skulpturu od 30.000 lego kockica u samo jednom danu! Stay Tuned za još iznenađenja! #DataCRonomics #LEGO #Timelapse  
Video by: Bisnode



**Slaganje DataCRonomics skulpture**  
00:35

🌱 **Get More Likes, Comments and Shares**  
Boost this post for \$15 to reach up to 16,000 people.

5,280 people reached [Boost Post](#)

👍❤️ Valentina Kapelac, Dora Bračun and 63 others 2 Shares **fk**

👍 Like    💬 Comment    ➦ Share

**5,280** People Reached

**1,822** Video Views

**131** Reactions, Comments & Shares

<b>116</b> Like	<b>62</b> On Post	<b>54</b> On Shares
<b>6</b> Love	<b>3</b> On Post	<b>3</b> On Shares
<b>1</b> Wow	<b>0</b> On Post	<b>1</b> On Shares
<b>2</b> Comments	<b>0</b> On Post	<b>2</b> On Shares
<b>6</b> Shares	<b>6</b> On Post	<b>0</b> On Shares

**301** Post Clicks


<b>65</b> Clicks to Play ⓘ	<b>0</b> Link Clicks	<b>236</b> Other Clicks ⓘ
-------------------------------	-------------------------	------------------------------

**NEGATIVE FEEDBACK**

<b>0</b> Hide Post	<b>0</b> Hide All Posts
<b>0</b> Report as Spam	<b>0</b> Unlike Page

**Post Details** [Close]

Video    Post



**Financijski Klub: Slaganje DataCRonomics skulpture**  
Evo kako smo složili DataCRonomics skulpturu od 30.000 lego kockica u samo jednom danu! Stay Tuned za još iznenađenja! #DataCRonomics #LEGO #Timelapse  
Video by: Bisnode

0:34 · Uploaded on 03/29/2017 · [View Permalink](#)

These metrics may not be updated yet with the most recent data that appears on posts.

[Create Post With Video](#)    [Edit Post](#)

**Video Performance In This Post** ⓘ

🕒 Minutes Viewed	<b>603</b> >
👁️ Video Views	<b>1,822</b> >
👁️ 10-Second Views	<b>1,029</b> >
📅 Video Average Watch Time	<b>0:08</b> >
👤 Audience and Engagement	>

Post Details

Reported stats may be delayed from what appears on posts



Financijski Klub added 52 new photos to the album: DataCRONomics - skulptura o hrvatskom gospodarstvu — with Tihana Nađ and 5 others at Faculty of Economics and Business, University of Zagreb.

Published by Tea Logožar [?] · March 29 at 12:21pm

DataCRONomics - skulptura o hrvatskom gospodarstvu

Photo by: Bisnode



2,719 People Reached

115 Reactions, Comments & Shares

111 Like	28 On Post	83 On Shares
4 Love	4 On Post	0 On Shares
0 Comments	0 On Post	0 On Shares
2 Shares	2 On Post	0 On Shares

3,405 Post Clicks

3,283 Photo Views	0 Link Clicks	122 Other Clicks
-------------------	---------------	------------------

NEGATIVE FEEDBACK

0 Hide Post	0 Hide All Posts
0 Report as Spam	0 Unlike Page

Post Details

Reported stats may be delayed from what appears on posts



Financijski Klub feeling fantastic.

Published by Tea Logožar [?] · March 24 at 11:43am

DataCRONomics navija i za #Hrvatsku! Pridružite nam se u slaganju legića, a kasnije gledamo tekmu!

#FinancijskiKlub #Bisnode #DataCRONomics #LEGO #CRO #30000Legica



Get More Likes, Comments and Shares Boost this post for \$15 to reach up to 16,000 people.

1,221 people reached

Boost Post

15

1 Comment 1 Share

Like Comment Share

1,221 People Reached

28 Reactions, Comments & Shares

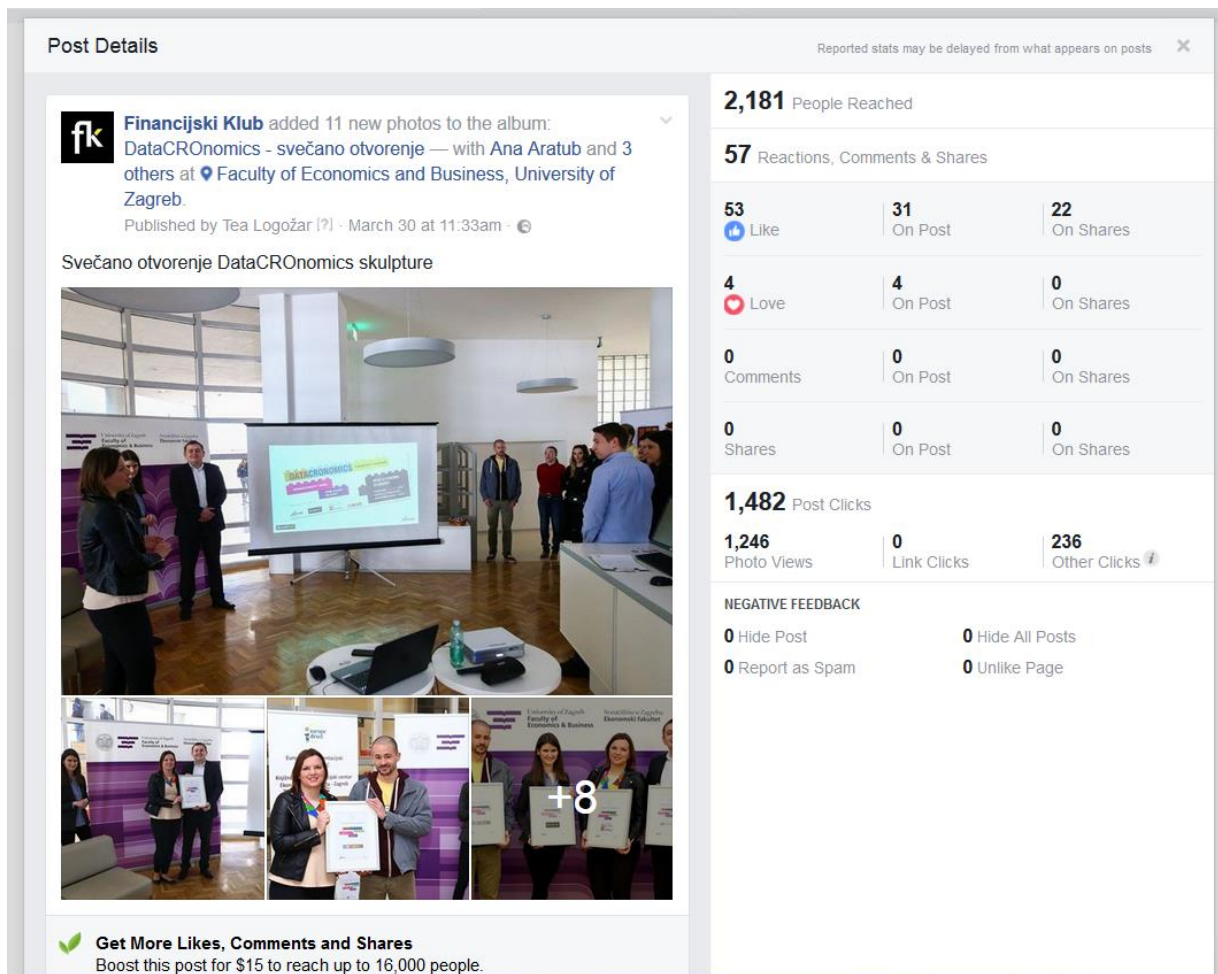
24 Like	14 On Post	10 On Shares
1 Love	1 On Post	0 On Shares
1 Comments	1 On Post	0 On Shares
2 Shares	1 On Post	1 On Shares

64 Post Clicks

47 Photo Views	0 Link Clicks	17 Other Clicks
----------------	---------------	-----------------

NEGATIVE FEEDBACK

0 Hide Post	0 Hide All Posts
0 Report as Spam	0 Unlike Page



Slika 24 Uvid u marketinške metrike na Facebook-u

## 12. Financijska konstrukcija

Kada ovaj dugogodišnji projekt gledamo s financijskog aspekta naglasak na kvaliteti govornika i predavanja su nam bili važniji te su prevladali nad novčanim izdacima. Glavni je cilj usmjeren prema obrazovanju studenata te praktičnoj primjeni naučenoga. Isto tako, ove smo godine projekt podigli na višu razinu s interaktivnim elementom izgradnje 3D skulpture hrvatskog gospodarstva – DataCRONomics.

Svi govornici na predavanjima su partneri Financijskog Kluba te uvaženi i cijenjeni stručnjaci u financijskom i korporativnom sektoru. Kao glavni partner i sponzor ove se godine istaknulo poduzeće Bisnode koja je uz pomoć LEGO® klub Kockice pribavio sve potrebne kockice za izgradnju 3D skulpture.

Svi govornici su za sudjelovanje dobili poklon pakete, koji su sadržavali zahvalnicu za održano predavanje, brošuru kluba te Financijski rječnik najvažnijih ekonomskih pojmova (isto tako projekt osmišljen i realiziran od strane Financijskog kluba).

Troškove tiska zahvalnica, letaka i popratne troškove smo financirali sami.

Detaljan plan troškova prilažemo u nastavku:

Br.	Stavka	Podstavka	Cijena	Ukupni trošak
0	UKUPNI TROŠAK			2,600.00 kn
1	Promotivni materijali			1,300.00 kn
		Letci	2,5 kn	500.00 kn
		Instagram okvir	300.00 kn	300.00 kn
		Promocija na društvenim mrežama	500.00 kn	500.00 kn
2	Poklon paketi za goste predavače			300.00 kn
		Zahvalnice, slaganje paketa	300.00 kn	300 kn
3	Popratni troškovi			1,000.000
		Hrana i piće	1000.00 kn	1,000.00 kn

### 13. Članovi organizacijskog tima

#### **Petra Vidović**

Studentica diplomskog studija "Poslovna ekonomija" (Računovodstvo i revizija)

JMBAG: 0067496747

Adresa: Josipa Jelačića 146, 10430 Samobor

Datum rođenja: 29.6.1993.

Mail: [petra-vidovic@hotmail.com](mailto:petra-vidovic@hotmail.com)

#### **Tea Logožar**

Studentica diplomskog studija "Poslovna ekonomija" (Marketing), JMBAG: 0067496474

Adresa: Susedsko polje 35, 10090 Zagreb

Datum rođenja: 4.6.1994.

Mail: [tea.logozar1@gmail.com](mailto:tea.logozar1@gmail.com)



**Tihana Nađ**

Studentica preddiplomskog studija "Poslovna ekonomija", JMBAG: 0067529527

Adresa: Božidara Magovca 107, 10 000 Zagreb

Datum rođenja: 5.2.1996.

Mail: [tihana.nadj@gmail.com](mailto:tihana.nadj@gmail.com)

**Antonio Tandara**

Student preddiplomskog studija "Poslovna ekonomija", JMBAG: 0067527559

Adresa: Jakova Gotovca 39, 31400 Đakovo

Datum rođenja: 21.03.1995

Mail: [atandara@net.efzg.hr](mailto:atandara@net.efzg.hr)

**Aleksandra Lovrić**

Studentica preddiplomskog studija "Poslovna ekonomija", JMBAG: 0067512671

Adresa: Andrije Hebranga 18B, Karlovac

Datum rođenja: 19.7.1994.

Mail: [aleksandra.414@gmail.com](mailto:aleksandra.414@gmail.com)

**Gianluca Bartolović**

Student diplomskog studija "Poslovna ekonomija" (Menadžment), JMBAG: 0067500962

Adresa: Cernička ulica 31, 10000 Zagreb

Datum rođenja: 09.09.1993

Mail: [gianluca.bartolovic@gmail.com](mailto:gianluca.bartolovic@gmail.com)

**Tanja Ožić-Bašić**

Studentica preddiplomskog studija "Poslovna ekonomija", JMBAG: 0067526497

Adresa: Vitezićeva 84, Zagreb

Datum rođenja: 31.10.1995.

mail: [ozicbasictanja@gmail.com](mailto:ozicbasictanja@gmail.com)

**Patricija Oreški**

Studentica preddiplomskog studija "Poslovna ekonomija", JMBAG: 0067520563

Adresa: Josipa Pupačića 21, 42000 Varaždin

Datum rođenja: 05.07.1995.

E-mail: [patricija.oreski@gmail.com](mailto:patricija.oreski@gmail.com)

**Ivo Teški**

Student preddiplomskog studija "Poslovna ekonomija", JMBAG: 0066227054

Adresa: Mlinovi 48a, Zagreb

Datum rođenja: 27.10.1993

Mail: [ivo.teski@gmail.com](mailto:ivo.teski@gmail.com)

**Barbara Barbarić**

Studentica diplomskog studija "Poslovna ekonomija" (Financije), JMBAG: 0067497989

Adresa: Trpanjska 8, 10000 Zagreb

Datum rođenja: 26.7.1993.

E-mail: [barbara.barbaric1@gmail.com](mailto:barbara.barbaric1@gmail.com)

**Matej Findri**

Student preddiplomskog studija "Poslovna ekonomija" (Izvanredni), JMBAG: 0067530423

Adresa: Zagrebacka 76a, 10360 Sesvete

Datum rođenja: 9.11.1995

Mail: [matej.findri@gmail.com](mailto:matej.findri@gmail.com)

## 14. Zaključak

Očita je zainteresiranost mladih u Hrvatskoj za područje financija, a samo se traže oni koji će pokrenuti edukacije i omogućiti svim zainteresiranima da prošire svoje znanje. Financijski klub je kroz godine okupio mnoštvo entuzijasta koji su prepoznali problem financijske pismenosti i pokušali pridonijeti njegovom rješenju organizacijom projekta povodom obilježavanja Europskog tjedna novca.

Veliki broj studenata imao je priliku upoznati se s osnovnim pojmovima povezanim uz osobne financije, financijska tržišta i financijsku industriju te time podignuti razinu svojeg znanja i razumijevanja financijskih tržišta. Nadalje, prisustvovanjem na predavanjima i radionicama sudionici su se upoznali s trendovima u financijskoj industriji i time dobili mogućnost povećanja svoje konkurentnosti na tržištu rada. Predavanjima nastojimo pokriti što više područja koja su zanimljiva raznim profilima studenata, ne samo s Ekonomskog fakulteta zato što smatramo da su ovakve teme i termini univerzalni te u sadašnjosti i budućnosti mogu itekako utjecati na financijski položaj pojedinaca, a tako i na njihov život. Isto tako, studenti su imali mogućnost sudjelovati i biti dio izgradnje 3D skulpture („*DataCROnomics – From Big Data to Smart Data*“) temeljnih ekonomskih pokazatelja. Tako im je pružena prilika za interaktivno sudjelovanje u procesu strukturiranja cjelokupne baze podataka koja u konačnici koristi za donošenje pametnih odluka poduzeća, ali i pojedinaca.

Povratne informacije studenata su više nego zadovoljavajuće i smatramo da smo i ove godine uspješno nastavili tradiciju organiziranja ovog projekta. Po prvi puta, ove godine projekt je bio iznimno medijski pokriven od strane raznih portala (studentski.hr, Tportal, moj faks, ICT Business, Wherevent, Obavjestajac.hr), časopisa i novina (Lider, 24 sata, Večernji list), radio postaje Laganini u emisiji *Laganini bar* te televizijske kuće HRT4 (emisija Tvstudent). Time smo usmjerili pozornost na Ekonomski fakultet u Zagrebu te pokazali da je moguće proširiti svoje ekonomsko znanje izvan okvira gradiva. Ako se tome pridoda općenito poboljšanje financijske pismenosti, povećana razina suradnje studenata Sveučilišta u Zagrebu te povezivanje s poduzećima, svi glavni zacrtani ciljevi ovog projekta su i ostvareni.

## Popis slika i grafova

Slika 1 Struktura projektnog tima .....	17
Slika 2 Teaser za DataCRONomics na FB .....	22
Slika 3 Najava DataCRONomics Facebook (Bisnode Hrvatska) .....	22
Slika 4 Najava DataCRONomics Facebook (FK).....	22
Slika 5 Teaser DataCRONomics IG.....	22
Slika 7 Live prijenos na 24sata (Facebook stranica) .....	23
Slika 6 DataCRONomics događaj na Facebooku (event) .....	23
Slika 8 Objava-vecernji.hr.....	24
Slika 9 Objava-Tportal .....	24
Slika 10 Objava- LIDER i gosucker.com-Lider Media .....	25
Slika 11 Objave-ictbusiness.info.....	25
Slika 12 Objava-studenski.hr .....	26
Slika 13 Objave-mojfaks.com .....	26
Slika 14 Objave naših partnera.....	27
Slika 15 Dokumentiranje samog procesa na društvenim mrežama.....	28
Slika 16 Album slika, video te Timelapse.....	30
Slika 17 Objave na našim društvenim mrežama te neke od objava na portalima .....	31
Slika 18 Prigodne objave na Instagramu .....	32
Slika 19 A6 Letak prednja strana .....	33
Slika 20 A6 letak stražnja strana .....	33
Slika 21 Presswall i instagram okvir .....	34
Slika 22 Svečano otvorenje DataCRONomics skulpture.....	35
Slika 23 Prijenos naTVstudent .....	36
Slika 24 Uvid u marketinške metrike na Facebooku.....	39



Obrazloženje mentora za prijavu studentskog projekta „Europski tjedan novca (EMW – European Money Week)“ za Rektorovu nagradu u akademskoj godini 2016./2017.

Financijski klub udruga je koja na Ekonomskom fakultetu u Zagrebu djeluje već više od 11 godina, a velik dio rada obuhvaćaju projekti povezani uz edukaciju i povećanje financijske pismenosti. U sklopu Svjetskog tjedna novca (Global Money Week), održava se Europski tjedan novca (European Money Week) te je u 2017. godini na Ekonomskom fakultetu uspješno podignut na višu razinu prepoznatljivosti. Osnovna misija kluba je okupljanje studenata sličnih interesa te onih koji žele proširiti svoje znanje izvan okvira gradiva koje se podučava na fakultetu, a ovakav projekt je upravo to i omogućio.

Projekt je pokrenut kako bi se što većem broju studenata preusmjerila pažnja na općenitu razinu financijske pismenosti u Hrvatskoj te posljedično podignula svijest o važnosti financijskog obrazovanja, financijske uključenosti i poduzetništva. S brzorastućim značenjem financijskog sektora, financijska pismenost iznimno je važan segment društva. Smatram da je organizacijski tim upravo prepoznao tu činjenicu te su omogućili ovakav projekt koji uvelike doprinosi razumijevanju financijskih koncepata. Također, na tom tragu je i gradnja skulpture pod nazivom „DataCRONomics – From Big Data to Smart Data“ čije se postavljanje tematski uklopilo uz obilježavanje Europskog tjedna novca. Studentima se na interaktivan način slikovito prikazao proces prikupljanja, sortiranja, analize i objave podataka, s kojima je moguće donositi poslovne odluke, putem LEGO® kockica. Potrebno je istaknuti kako je ove godine sudjelovao i velik broj studenata koji nisu ekonomskog usmjerenja te im Europski tjedan novca predstavlja prvi korak u svijet financija, što napor tima čini još važnijim. Povećana je razina suradnje studenata Sveučilišta u Zagrebu te povezivanje s uvažanim stručnjacima u financijskom i korporativnom sektoru.

Stoga smatram da je organizacijski tim projekta „Europski tjedan novca (EMW – European Money Week)“ potrebno nagraditi za trud i naporan rad tijekom cijele akademske godine te ovim putem preporučujem projekt za Rektorovu nagradu u akademskoj godini 2016./2017.

Doc. dr. sc. Božidar Jaković

Katedra za informatiku

Prodekan za nastavu, studente i upravljanje kvalitetom

Ekonomski fakultet u Zagrebu

---