

Silabus

Digitalni Marketing

Nano-degree Program

facebook

Google



MailChimp

Uvod

Ovo je vodič na vašem putovanju kroz online platformu digitalnog marketinga u kojoj ćete naučiti najsvremenije tehnike digitalnog marketinga i saznati kako napraviti uspješnu marketinšku kampanju za sve digitalne kanale: web, društvene mreže, Google pretragu i displej, Youtube i e-mail marketing i još mnogo toga.

Šta je Nano-degree program?

Nano-degree program je studij koji se razlikuje od univerzitetskog u dužini trajanja, načinu izvodjenja nastave te stečenoj diplomi. Ovaj program traje 3 mjeseca a nastava se odvija u vidu online platforme na kojoj se nalaze videi i dodatni materijali obavezni za obuku. Po završetku ovog studija ne dobijate univerzitsku diplomu već praktično znanje koje će vam pomoći da lakše dobijete do zaposlenja ili do pokretanja svog biznisa. Na kraju dobijate certifikat o završenom programu usavršavanja iz oblasti digitalnog marketinga.

U narednim sekcijama pogledajte naš plan i program podjeljen u 9 različitih predmeta.

Predmet 1: Osnove marketinga

Cilj ovog predmeta jeste da obradi osnovne elemente i koncepte marketinga kako biste lakše mogli stupiti u svijet digitalnog marketinga. U njemu ćete također imati priliku da upoznate tri kompanije koje su praktični primjer B2C i B2B konteksta i kroz njihove primjere vidjećete šta su to dobre marketinške prakse.

Lekcija	Naslov	Opis
1	Dobrodošli u digitalni marketing	Marketing je svuda oko nas i predstavlja bitan dio našeg svakodnevnog života. Vodit ćemo vas na putovanje kroz rastući digitalni marketinški krajolik. Ovaj predmet vam daje osnove koje će vam pomoći u kretanju i napredovanju u ovom brzorastućem području.
2	Struktura digitalnog marketinga	Naučiće ste osnove digitalnog marketinga koje će vam pomoći da donosite ispravne odluke u polju koje se svakim danom mijenja. Upoznajte se sa marketinškim vodičem koja odgovara na pitanja Šta, Ko, Kako, Gdje, i Kada u marketingu.
3	Šta: vaš biznis	Prvi korak je odgovoriti na pitanje "šta" prodajete. Naučite kako efikasno kreirati vaš biznis model.
4	Ko i kada: vaš kupac	Kupci su razlog za postojanje marketinga. Upoznajte vaše kupce bolje nego što poznajete sebe i fokusirajte se na tu potencijalnu osobu tako što ćete napraviti „personu“ koja bi kupila vaš proizvod. Predvidite različite faze kroz koje će kupac morati proći na svom putu kako bi se upoznali sa vašim proizvodom i postali lojalni vašem brendu.
5	Gdje: kanali marketinga	Budite tamo gdje su vaši kupci. Ako su na društvenim medijima – predstavite im svoje poslovanje tamo. Ako pretražuju Google onda optimizirajte svoju webstranicu uz pomoć SEO-a itd.
6	Zašto: ciljevi marketinga i KPI	Bitan korak planiranja je postaviti ciljeve i mjeriti svoj napredak sa KPI – Key Performance Indicators (ključnim indikatorima učinka).

Prvi Projekat: Priprema za marketing

U ovom projektu pripremite se za vašu novu ulogu digitalnog marketara. Imate izbor da promovišete vašu vlastitu kompaniju ili da testirate B2C ili B2B proizvod koji ćemo vam mi obezbjediti. Marketing B2C ili B2B proizvoda, rezimiranje poslovnog modela kompanije, postavljanje ciljeva marketinga, i kreiranje persone kupca za vaš proizvod su neke od stvari koje ćete uraditi.

Predmet 2: Content Marketing - Strategija sadržaja

U ovom predmetu naučite kako planirati i razviti sadržaj koji će angažovati vašu ciljanu publiku da uradi željenu akciju.

Lekcija	Naslov	Opis
1	Planirajte strategiju za sadržaj/content	Marketar ima poruku koja se mora integrisati u dobar sadržaj. U ovoj lekciji naučite kako planirati i organizovati sadržaj.
2	Kreiranje sadržaja	Odličan sadržaj obično ima nekoliko glavnih dijelova. U ovoj lekciji saznajte o „pripovjedačkom“ marketingu, različitim načinima sa kojima možete ispričati uvjerljivu priču, i kako iskoristiti sadržaj na najbolji mogući način, organizacijom i adaptacijom.
3	Distribucija i promovisanje	Nije dovoljno imati samo sadržaj, koliko god interesantan bio. U ovoj lekciji, naučite kako promovisati i distribuisati vaš sadržaj, i kako sve organizovati u kalendaru objava.
4	Usavršavanje korisničkog iskustva (UX) na odredišnim web stranicama/Landing Pages	Vaša web stranica je sastavni dio dostizanja ciljeva marketinga. U ovoj lekciji, saznajte kako primijeniti principe UX dizajna, i kako napraviti i testirati odredišne stranice.
5	Mjerenje utjecaja	Mjerenje je ključni dio uspjeha marketing sadržaja. U ovoj lekciji, naučite šta treba mjeriti kako biste dobili najbolje rezultate.
6	Poslovi u marketingu sadržaja/contenta	Opisaćemo vam šta znači biti content marketar i kakve vještine poslodavci traže.

Predmet 3: Social Media Marketing

Socijalni mediji su bitan kanal za marketare. U ovom predmetu, naučite više o glavnim platformama društvenih mreža, kako rukovoditi s vašim poslovanjem na njima, te kako kreirati efektivan sadržaj za svaku platformu (Facebook, Instagram itd).

Lekcija	Naslov	Opis
1	Osnove društvenih mreža	Važno je razumijeti različitosti društvenih mreža. Planirajte vaš sa jednim od dva popularna pristupa i uskladite vašu strategiju sa ponašanjem kupca.
2	Kanali društvenih mreža	Analizirajte Facebook, Instagram, Youtube, Twitter, i Snapchat. Dostavite vašu poruku na platformu koja je vašem kupcu najvažnija. Nađite i surađujte sa uticajnim osobama na društvenim mrežama koje vam mogu pomoći.
3	Sadržaj društvenih mreža	Svaka platforma zahtjeva drugačiji pristup. U ovoj lekciji naučite kako razviti sadržaj za društvene mreže, te kako da uskladite taj sadržaj sa platformom koju ste izabrali, i na kraju, kako kreirati sadržaj koji će ljudi htjeti podijeliti.
4	Implementacija i kontrola kampanja	Uspjeh na društvenim mrežama zahtjeva pažljivo nadgledanje i upravljanje sadržajem.
5	Mjera uticaja	Kao što je slučaj sa svim marketinškim kampanjama, uticaj aktivnosti na društvenim mrežama mora se izmjeriti. Naučite načine kako da procijenite i predvidite uspjeh na različitim platformama.
6	Poslovi u marketingu na društvenim mrežama	Objasniti čemo vam šta znači biti marketar društvenih mreža i kakve vještine poslodavci traže.

Drugi Projekat: Marketing vašeg sadržaja

U ovom projektu tražimo od vas da vježbate kreiranje i promociju sadržaja o vašem poslovanju. Prvo što trebate uraditi jeste kreirati blog. Poslije toga tri objave na tri različite društvene mreže na kojima ćete podijeliti vaš blog.

Predmet 4: Facebook i Instagram Marketing

Kreirajte Facebook strancu svoje firme i uz Facebook i Instagram oglasavanje dođite do ciljane skupine ljudi kojima ćete prezentirati svoj brend, proizvod ili uslugu.

Lekcija	Naslov	Opis
1	Uvod u reklamiranje na društvenim mrežama	Otkrijte mehanizam iza oglasa na društvenim mrežama i istražite najvažnije platforme.
2	Platforme za društvene oglase	Platforme društvenih mreža pružaju različite prilike za plaćeno reklamiranje. Otkrijte sve mogućnosti nekoliko različitih platformi, procijenite šta je bitno za vaš cilj i vašu publiku.
3	Uvod u Facebook i Instagram	Facebook je platforma koja posjeduje ogromnu publiku širom svijeta. Isprobajte ga sami tako što ćete kreirati sopstveni račun za reklamiranje i istražite ciljeve vaše kampanje.
4	Facebook i Instagram oglašavanje	Oglas treba doći do prikladne publike. U ovoj lekciji, fokusiranoj na Facebook i Instagram, naučite različite načine na koje možete ciljano doseći svoju publiku, gdje se vaši oglasi mogu prikazivati, te kako da odredite budžet i raspored bidding-a.
5	Upravljanje Facebook oglasima	Facebook oglasi zahtijevaju pažljivo planiranje. Naučite kako napraviti i prikazati oglase, napisati interesantan <i>tekst oglasa</i> , izabrati savršene slike, testirati različite oglase, i procijeniti uspjeh oglasa uz primjere.
6	Poslovi u reklamiranju na društvenim mrežama	Objasniti ćemo vam šta znači biti Social Media menadžer i kakve vještine poslodavci traže.

Treći projekat: Facebook kampanja

Kreirajte i upravljajte oglasnom kampanjom na facebooku i Instagramu za proizvod vaše vlastite firme, ako ste već u poduzetničkim vodama, firma u kojoj radite, firma u kojoj se želite zaposliti, čak i izmišljene firme ili vaše poduzetničke ideje o kojoj maštate! Testirajte i optimizirajte vašu kampanju dok još traje na facebooku kako bi dobili što viši ROI.

Predmet 5 : Optimizacija pretraživača (SEO)

Internet pretraživači su bitan dio online svijeta. Naučite kako optimizirati vašu prisutnost na pretraživačima kroz on-site i off-site aktivnosti, izgradite listu ciljanih ključnih riječi, usavršite korisničko iskustvo i dizajn na vašoj web stranici, te sprovedite kampanju strategijom linkovanja.

Lekcija	Naslov	Opis
1	Razumijevanje internet pretraživača	Kako bi ostvarili uspješnu SEO strategiju, morate znati kako funkcionišu pretraživači. U ovoj lekciji, naučite osnove pretraživača.
2	Ključne riječi	SEO se mora uskladiti sa ključnim riječima koje su bitne vašim kupcima. U ovoj lekciji, naučite šta su ključne riječi, koje izabrati za vaše ciljeve i kako ih identifikovati istraživanjem.
3	On-site SEO: Optimizacija UX-a i dizajna	Naučite kako optimizirati korisničko iskustvo (UX) i dizajn vaše stranice, što će pomoći pretraživačima da vas identifikuju i vaše ključne riječi povežu sa sadržajem.
4	Off-site SEO: linkovanje web-stranice	Linkovi usmjereni vašem sadržaju su ključni u određivanju vašeg statusa na pretraživačima. Kreirajte strategiju linkovanja web-stranice kako bi poboljšali poziciju i relevantnost vaše stranice.
5	SEO pregled i budućnost SEO-a	SEO je konstantan zadatak. Važno je često vršiti pregled stranice kako bi osigurali veću vidljivost na pretraživačima. Upoznajte alate koji će vam pomoći da izvršite sadržajni i tehnički SEO pregled.
6	Poslovi u SEO-u	Objasnićemo vam šta znači biti SEO marketar i kakve vještine poslodavci traže.

Četvrti projekat: Izvršite SEO pregled

U ovom projektu, izvršite pregled web-stranice vaše kompanije i predložite načine na koji možete poboljšati poziciju stranice u pregledima internet pretraživača. Predložite ciljane ključne riječi i procijenite dizajn UX stranice i načine na koje se stranica može poboljšati.

Predmet 6: Google Ovlašavanje (SEM)

Poboljšanje vidljivosti u rezultatima pretraživača je osnovni dio digitalnog marketinga. Olakšajte kupcima da vas nađu online sa Pretraživačkim Marketingom (SEM), koji je efikasna taktika za ostvarenje marketinških ciljeva. U ovom predmetu, naučite kako kreirati, provesti, i optimizirati efikasnu kampanju koristeći Google Ads.

Lekcija	Naslov	Opis
1	Google Ads i odabir ključnih riječi	Istražite organizaciju Google- Ads-a i planirajte kampanju koristeći Google Ads istraživanjem ključnih riječi.
2	Kreiranje tekstualnih oglasa	Tekstualni oglasi u internet pretraživaču Google su jedna vrsta oglasa. U ovoj lekciji, naučite napisati interesantan tekstualni oglas, uskladite vaš oglas sa ciljanim ključnim riječima, i optimizirajte odredišnu stranicu kako bi zagarantovali uspjeh marketinške kampanje.
3	CPC ponude	Naučite kako mijenjati Google Ads cijene, Google formulu za mjesto oglasa, i planirajte vaš Ads troškove tako što ćete kalkulisati maksimalni trošak po kliku (CPC).
4	Navigacija Google Ads-a	Google Ads je najveća platforma marketinga internetskih pretraživača. U ovoj lekciji naučite kako je koristiti i kako sprovesti marketing kampanju ove vrste marketinga.
5	SEM mjerjenje i optimizacija	Mjerenje, posmatranje, i optimizacija pretraživačke marketing kampanje je ključna za uspješan povrat na uložena sredstva (ROI). Otkrijte kako mjeriti i posmatrati učinak vaše kampanje.
6	Poslovi u SEM-u	Objasniti ćemo vam šta znači biti SEM marketar i kakve vještine poslodavci traže. .

Peti projekat: Sprovedite Google Ads kampanju

U ovom projektu, napravićete, sprovesti, i posmatrati marketing kampanju na internet pretraživaču pomoću Google Ads platforme za proizvod vaše kompanije. Dok je kampanja u toku, testiraćete, posmatrati, i optimizirati rezultate za najbolji moguć ROI.

Predmet 7: Google Display oglasi

Display oglasi, ili oglasi putem banera, su prva vrsta oglašavanja na internetu. Još uvijek su efektivna alternativa, ojačana novim platformama kao što su mobilni uređaji, video platforme, i ciljani marketing. U ovom predmetu naučite šta su display oglasi, kako se kupuju i prodaju (uključujući i kontekst programskog zakupa), te kako pokrenuti display oglasnu kampanju pomoću Google Ads-a.

Lekcija	Naslov	Opis
1	Kako funkcionišu display oglasi?	Od svog početka display oglasi su se znatno promjenili. Naučite o ovoj oblasti koja se stalno mijenja, prilikama koje pruža, te kako funkcionišu serveri za display oglase.
2	Ciljani display oglasi	Ciljani oglasi su ključni za uspjeh online display oglašavanja. U ovoj lekciji, naučite o različitim opcijama koje se mogu koristiti za oglase, kao što su demografija i ponašanje.
3	Prodajni modeli	Otkrijte kako programski marketing funkcioniše.
4	Display oglasi putem Google Ads-a	Google Ads je jaka platforma za display oglase. U ovoj lekciji naučite kako sastaviti, testirati, i posmatrati ciljanu display oglasnu kampanju koristeći Google Ads. .
5	Video Oglasi	Video platforme su jedna od najbrže rastućih za kupce, kao i za marketare. Istražite različite vrste video oglasa i naučite kako svoj video oglas napraviti efektivnim.
6	Poslovi u display marketingu	Objasniti ćemo vam šta znači biti marketar display oglašavanja i kakve vještine poslodavci traže.

Šesti projekat: Evaluacija display oglasne kampanje

U ovom projektu provjeriti ćete rezultate display oglasne kampanje i napraviti prezentaciju rezultata za menadžment. Vaš sažetak će sadržati strategiju ciljanja, korištene materijale, rezultate kampanje, kao i preporuke poboljšanja kampanje.

Predmet 8: Email Marketing

Email je efikasan marketinški kanal, posebno za faze lopovnog ciklusa kao što je konverzija. U ovom predmetu, naučite kako napraviti marketinšku strategiju putem emaila, sprovedite kampanje i izmjerite rezultate.

Lekcija	Naslov	Opis
1	Email Lista	Naučite kako napraviti listu pretplatnika i razmislite o opciji dvostrukе saglasnosti.
2	Napravite efikasnu email kampanju	Neotvoreni emailovi su propuštena prilika. U ovoj lekciji, naučite kako napisati naslov, sadržaj i efikasan tekst email-a.
3	Napravite email plan	Email plan je neophodan za uspješnu marketinšku strategiju. Naučite kako napraviti email kalendar i kako planirati različite email kampanje, kao što su transakcijski emailovi i „kap po kap“ kampanje.
4	Izmjerite rezultate	Email marketing nikad nije završen. U ovoj lekciji, naučite kako analizirati rezultate vaše email kampanje, kako koristiti A/B testiranje da poboljšate vaš sadržaj, te kako koristiti segmentaciju u svrhu poboljšanja ciljanih oglasa.
5	Poslovi u email marketingu	Objasniti čemo vam šta znači biti email marketar i kakve vještine poslodavci traže.

Sedmi Projekat: Email marketing

U ovom projektu, planiraćete i pripremiti email marketinšku kampanju za proizvod vaše kompanije. Napisaćete email i evaluirati ishod email kampanje.

Predmet 9: Mjerenje i optimizacija - Google Analitika

Mogućnost mjerenja čini digitalni marketing posebnim. Činjenica je da se sve online može pratiti, uključujući učinke vašeg digitalnog marketinga i rezultati reklama. U ovom predmetu naučite kako koristiti Google analitiku kako bi evaluirali svoju publiku, izmjerili uspjeh akvizicije, angažovanost, te konverziju kupaca. Iskoristite te informacije kako biste planirali vaš marketinški budžet.

Lekcija	Naslov	Opis
1	Orijentacija u Google analitici	Google analitika izgleda više komplikovano nego što ustvari jeste. U ovoj lekciji, naučite različite dijelove i načine mjerenja, te koje se definicije koriste na toj platformi.
2	Ko je vaša publika	Google analitika ima mnogo da kaže o vašoj publici. U ovoj lekciji, naučite kako evaluirati vašu publiku – ko su oni ustvari i kako ih doseći.
3	Procjena akvizicije	U ovoj lekciji, naučite kako vas nalaze vaši kupci i kako su oni izvor vašeg prometa.
4	Razumijevanje ponašanja	Google analitika prati kako se kupci ponašaju kada su na vašoj stranici. Pogledajte kako se različiti ljudi ponašaju dok se nalaze na vašoj stranici, koji sadržaj ih privlači, koliko su angažovani, i sve što spada u njihovo iskustvo na vašoj stranici.
5	Evaluacija konverzije	Otkrijte kako postaviti ciljeve konverzije u Google analitici, procijenite vaš uspjeh u konverziji kupca, i identificirajte prepreke koje spriječavaju konverziju na vašoj stranici i odredišnoj stranici za različite izvore.
6	Optimizacija budžeta kampanje	Sve marketinške djelatnosti se mogu pratiti. U ovoj lekciji naučite kako evaluirati rezultate različitih kampanja koristeći Google analitiku te kako poređiti te rezultate sa drugim platformama kako bi optimizirali budžet.
7	Poslovi u marketingu analitike	Objasniti čemo vam šta znači biti analitički marketar i kakve vještine poslodavci traže.

Osmi projekat: portfolio

U ovom projektu, rezimiraćete različite marketinške kampanje koje ste sproveli i uči malo dublje u analizu rezultata. Ocijenite ROI vaših kampanja, uporedite rezultate sa rezultatima drugih platformi, preporučite promjene za buduće marketinške kampanje i alokacije budžeta.

“Obraditi sve ove oblasti znači postati najtraženija osoba u polju digitalnog marketinga u bilo kojoj zemlji u svijetu”

— MERSID POTURAK, REKTOR INTERNACIONALNOG BURČ UNIVERZITETA