повратак на списак

Студијски програм: Информатика

Назив предмета: Дигитални маркетинг

Наставник: Дамњановић М. Александар

Статус предмета: Изборни

Број ЕСПБ: 9

Услов:

Циљ предмета Дигиталне технологије трансформишу начин комуникација, социјализације, свакодневних активности, тј. утичу на скоро све аспекте живота и рада. Појединцима, организацијама, владама и земљама дигитализација пружа бројне могућности, али, поставља као задатак: стварање дигиталних способности. Циљ предмета је оспособљавање студената за дигитална истраживања, праћење промена у дигиталном маркетиншком окружењу и доношење дигиталних маркетиншких стратегија и тактика.

Исход предмета Стицање и усавршавање теоријских и практичних знања из области дигиталног маркетинга.

Садржај предмета

Теоријска настава: Процес дигитализације; Брзина дигитализације; Утицаји дигитализације на земље; Утицаји дигитализације на индустрије; Утицаји дигитализације на потрошаче; • Дигитални маркетинг - део интегрисаног маркетинга; • Планирање дигиталних маркетиншких активности; • Ситуациона анализа; Дигитална маркетиншка истраживања; • Дигитално маркетиншко окружење;

- Дигитална маркетиншка стратегија; Циљни дигитални маркетинг; Стварање вредности;• Дигиталне маркетиншке тактике; Производ/Персонализовани маркетинг; Цена; Канали дистрибуције offline и online; Дигиталне маркетиншке комуникације; Сопствени, плаћени и заслужени медији; Маркетинг дигиталног садржаја; Комуникације путем Интернета; Сајт полазна основа комуникација путем Интернета; Креирање приступних страница на сајту; Маркетинг на основу претраживача; Оп-line оглашавање; Е-mail маркетинг;
- Друштвени медији; Коришћење Facebook-a у маркетингу; Коришћење LinkedIn-a у маркетингу; Коришћење Тwitter-a у маркетингу; Коришћење блога у маркетингу; Маркетинг стратегија за друштвене медије; Мобилне маркетинг комуникације; Комуникације путем дигиталног радија и телевизије; Дигиталне маркетиншке комуникације од уста до уста; Виралне комуникације; Људи, процес пружања услуга и амбијент у дигиталном окружењу; Организовање, примена и контрола дигиталних маркетиншких активности.

Практична настава: Решавање студија случаја у области дигиталног маркетинга.

Литература

 Chaffey, D. and Ellis-Chadwick, F. (2012) Digital Marketing – Strategy, Implementation and Practice, England: Pearson Education Limited.

2. Беба Ракић, Мира Ракић, Дигитални маркетинг, у припреми.

Број часова активне наставе | Теоријска настава: 4 (60) | Практична настава: 3 (45)

Методе извођења наставе

Предавања и вежбе

Оцена знања (максимални број поена 100)

Предиспитне обавезе	Поена 60	Завршни испит	Поена 40
активност у току предавања	10	писмени испит	20
практична настава	30	усмени испт	20
колоквијум-и	20		
семинар-и			

Начин провере знања могу бити различити наведено у табели су само неке опције: (писмени испити, усмени испт, презентација пројекта, семинари итд.....

^{*}максимална дужна 1 страница А4 формата