

Студијски програм: Пословна информатика			
Назив предмета: Дигитални маркетинг			
Наставник/наставници: Владимир Симовић			
Статус предмета: Изборни на модулу Електронско пословање			
Број ЕСПБ: 8			
Услов: -			
Циљ предмета Оспособљавање студената за самостално осмишљавање и реализацију кампања у домену дигиталног маркетинга.			
Исход предмета Знања која су студенти стекли после савладавања програма: Студенти ће бити у стању да самостално осмисле и релаизују маркетинг кампање на социјалним медијима и водећим Интернет претраживачима, како органске, тако и плаћене. Научиће да користе веб аналитику ради праћења ефеката маркетинг кампања на социјалним медијима и Интернет претраживачима. . Вештине које су студенти стекли после савладавања програма: Студенти ће овладати вештином коришћења сервиса Google AdWords, Google AdSense, Facebook Ads Manager, Keyword Planner, MailChimp, Google Analytics.			
Садржај предмета <i>Теоријска настава</i> Основе дигиталног маркетинга, стратегија content маркетинга, маркетинг на социјалним медијима (органски), маркетинг на социјалним медијима (плаћени), оптимизација према захтевима претраживача (SEO), маркетинг на претраживачима (SEM), display маркетинг, маркетинг путем имејла, веб аналитика. <i>Практична настава.</i> Креирање маркетинг кампања (органских и плаћених) на социјалним медијима (Facebook и Instagram), израда једноставног web сајта у CMS ради спровођења SEO техника, креирање маркетинг кампање на Google-у и YouTube-у, креирање имејл кампање, анализа ефеката маркетиншких кампања коришћењем веб аналитике. Кроз пројекат студенти имају задатак да осмисле и релаизују дигиталну маркетинг кампању на задату тему.			
Литература Основна: 1. Juon, C., Greiling, D. & Buerkle, C. (2012). Internet Marketing Start-to-Finish. Que Publishing. ISBN: 978-0-7897 4789-1 2. Charlesworth, A. (2015). An Introduction to Social Media Marketing. Routledge. ISBN: 978-0-415-85617-1 Допунска: 3. Kotler, P. & Keller, K.L. (2016). Marketing Management. Prentice Hall. ISBN: 978-1-292-09262-1 4. Kotler, P., Kartajaya, H. & Setiawan, I. (2010). Marketing 3.0. John Wiley & Sons, Inc. ISBN: 978-0-470-59882-5			
Број часова активне наставе	Теоријска настава: 2	Практична настава: 2	
Методе извођења наставе: Теоријска настава, практична настава, самостални рад на рачунару, консултације			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	поена	Завршни испит	поена
активност у току предавања		писмени испит	50
практична настава	30	усмени испит	
колоквијум-и	20		
семинар-и			