

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			
<i>Теоријска настава:</i> 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; On-line оглашавање; E-mail маркетинг; • Друштвени медији; Коришћење Facebook-а у маркетингу; Коришћење LinkedIn-а у маркетингу; Коришћење Twitter-а 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.			
<i>Практична настава:</i> Решавање студија случаја у области дигиталног маркетинга.			
Литература			
1.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			