

| | | | | | | |
|--|--|----------------------------------|---------------------|---|----------------------|---|
| NAZIV PREDMETA | Digitalni marketing | | | | | |
| NIVO STUDIJA | Diplomski | | | | | |
| Šifra predmeta | 5.01.04.E067 | Godina studija | IV | | | |
| Nositelj/i predmeta | Prof. dr.sc. Darijo Jerković | Bodovna vrijednost (ECTS) | 8 | | | |
| Saradnici | Amra Sušić, s.p. | | | | | |
| OPIS PREDMETA | | | | | | |
| CILJ PREDMETA | Upoznavanje studenata sa osnovnim spoznajama o digitalnom marketingu kao najbrže rastućem segmentu ukupnog marketinga, njegovim specifičnostima i poziciji u integriranoj marketinškoj komunikaciji sa suvremenim potrošačima | | | | | |
| Uslovi za upis predmeta i ulazne kompetencije potrebne za predmet | Nema | | | | | |
| Očekivani ishodi učenja na razini predmeta (10 ishoda) | identifikacija važnosti primjene digitalnog marketinga danas, razlike između tradicionalnog i digitalnog marketinga, upravljanje odnosima s kupcima kroz sve digitalne kanale komunikacije, identifikaciji i utvrđivanju prednosti i nedostataka svakog pojedinog digitalnog kanala te planiranje i izgradnja vlastite prepoznatljivosti i uspješne komunikacije sa kupcima na tim kanalima, prednosti korištenja mobilnog marketinga, značaj društvenih mreža za digitalni marketing, značaj optimizacije pretraživača, izgradnja digitalne reputacije. | | | | | |
| Sadržaj predmeta detaljno razrađen prema satnici nastave: | <ol style="list-style-type: none"> 1. Uvod u digitalni marketing (2 sata) 2. Tradicionalni v.s. digitalni marketing (2 sata) 3. E-kupci (2 sata) 4. E-modeli (3 sata) 5. Osnove mobilnog marketinga (3 sata) 6. Modaliteti mobilnog marketinga (3 sata) 7. Email marketing (4 sata) 8. Povijest i teorijske osnove društvenih mreža (3 sata) 9. Proces izgradnje marketinga na društvenim mrežama (4 sata) 10. Pretraživači – „agregatori reputacije“ (4 sata) 11. Društveni sadržaji – content marketing (4 sata) 12. Perspektive marketinga na društvenim mrežama (2 sata) | | | | | |
| Vrste izvođenja nastave: | In class Online | Konsultacije | | | | |
| Obaveze studenta | | | | | | |
| Praćenje rada studenata (upisati udio u ECTS bodovima za svaku aktivnost tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara | Pohađanje nastave | 1,2 | Istraživanje | 0 | Praktičan rad | 0 |
| | Eksperimentalan rad | 0 | Referat | 0 | Ostalo | 0 |

| | | | | | | |
|---------------------------------|---------------|-----|----------------|-----|------------------|--|
| bodovnoj vrijednosti predmeta): | Esej | 0 | Seminarski rad | 2 | Ostalo (upisati) | |
| | Kolokvij | 2,4 | Usmeni ispit | 1,2 | Ostalo (upisati) | |
| | Pismeni ispit | 1,2 | Projekat | | Ostalo (upisati) | |

| | | | | | |
|---|---|-------------------------------------|--|---------------|--|
| Ocjenjivanje i vrjednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu | Predispitne aktivnosti | | | | |
| | 1. Pohađanje nastave: Prisustvo predavanjima 5 bodova.....5 % Prisustvo vježbama 5 bodova.....5 % Kontinuirani rad/Interaktivnost 5 bodova.....5 % 2. Seminarski Pismeni dio 15 bodova.....15 % Usmena prezentacija 10 bodova..... 10% 3. Kolokvij 30 bodova.....30 % Ispit 4. Pismeni /Usmeni ispit 30 bodova.....30 % UKUPNO100 % | | | | |
| Obvezna literatura (dostupna u knjižnici i putem ostalih medija) | Naslov | Broj primjeraka u biblioteci | Dostupnost putem ostalih medija | Ostalo | |
| | Galogaža, M., INTERNET MARKETING, Panevropski univerzitet "Apeiron", Banja Luka, 2007. | | | | |
| | Dave Chaffey and PR Smith „DIGITALNI MARKETING, planiranje i optimizacija“, Fakultet za medije i komunikacije, Univerzitet Singidunum, Beograd, 2018. | | | | |
| | Ivan Bauer “DIGITALNI MARKETING”, Zavod za udžbenike, Beograd, 2013. | | | | |
| Dopunska literatura | | | | | |
| Ostalo(prema mišljenju predlagatelja) | | | | | |