

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						
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	Konzultacije				
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)	