

Студијски програм:	Информационе технологије и системи		
Назив предмета:	ДИГИТАЛНИ МАРКЕТИНГ И ДРУШТВЕНИ МЕДИЈИ		
Наставник:	Александар Брзаковић		
Статус предмета:	Изборни предмет		
Број ЕСПБ:	6		
Услов:	Нема		
Циљ предмета:	Циљ овог предмета јесте оспособљавање студената за решавање проблема у области дигиталног маркетинга и друштвених медија.		
Исход предмета:	Оспособљеност за нове приступе у решавању проблема из сфере дигиталног маркетинга и друштвених медија заснованих на примени савремених ИКТ. Оспособљеност за креирање дигиталне маркетинг стратегије и покретање е-маркетиншког плана или дигиталне кампање путем друштвених мрежа.		
Садржај предмета:	<p>Теоријска настава</p> <p>Контекст дигиталног маркетинга и показатељи учинка, Елементи дигиталног маркетинга, Пословна аналитика у дигиталном маркетингу, Истраживање е-тржишта – метрике управљања знањем, Напредне технике дигиталног маркетинга. Понашање потрошача на интернету – културни, технолошки и друштвени контекст, Сегментација, циљање, диференцијација и онлајн позиционирање, Интернет за дистрибуцију – онлајн дистрибуција посредника, спонзорство садржаја, посредни модели; дистрибуциони канали, функције, показатељи и управљање, Е-маркетинг средства комуникације; интегрисане маркетиншке комуникације, трендови и типови интернет оглашавања, Стратегија друштвених медија, Кориснички сервис и подршка путем друштвених медија, Примена CRM и xRM у различитим областима. Укључивање друштвених медија у е-маркетиншки план, Куповина дигиталног медијског простора – претраживачи као агрегатори угледа, оглашавање на друштвеним медијима, мобилно оглашавање. Преглед трендова у области технологија дигиталног маркетинга.</p> <p>Практична настава: Вежбе, Пројектни задатак, Семинарски рад.</p>		
Литература:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Чефи, Д. (2018). Дигитални маркетинг: планирање и оптимизација. ФМК – Факултет за медије и комуникације. 2. McDonald, J. (2020). Social Media Marketing Workbook: How to Use Social Media for Business (2020 Updated Edition). CreateSpace Independent Publishing Platform. 3. Figueroa, C. (2020). Uvod u digitalni marketing. Kompjuter biblioteka, Beograd. 		
Број часова активне наставе: 75	Теоријске наставе: 30	Практичне наставе: 30	Студијски истраживачки рад: 15
Методe извођења наставе:			
Предавања, семинари, презентација и расправа о радовима студенаата, појединачне и групне консултације.			
Оцена знања (максималан број поена 100)			
Предиспитне обавезе	Поени	Завршни испит	Поени
Активност у току предавања	10	Усмени испит	30
Презентација на часу/дискусија	15		
Колоквијуми	20		
Семинарски рад	25		