

Студијски програм : МСС- Пословна економија у туризму			
Назив предмета: Дигитални маркетинг			
Наставник/наставници: др Владимир Павковић, др Јелена Јевић			
Статус предмета: Изборни			
Број ЕСПБ: 9			
Услов: нема			
Циљ предмета Циљ предмета је стицање неопходних знања и компетенција за развој и управљање активностима маркетинга и односа с јавношћу у дигиталном окружењу. Знања и компетенције везане за планирање, управљање, примену и развој активности маркетинга и односа с јавношћу применом дигиталних медија.			
Исход предмета Након одслушаног и положеног испита из овог предмета студент ће бити способан да: <ul style="list-style-type: none"> - објасни основне појмове и концепте у области дигиталног маркетинга; - анализира и вреднује маркетиншке активности у дигиталном окружењу - осмисли и презентује маркетиншки план; - примени различите облике дигиталног маркетинга у комуницији са циљним тржиштем. 			
Садржај предмета <i>Теоријска настава</i> Појмовно одређивање дигиталног маркетинга. Карактеристике маркетиншког микса у дигиталном окружењу. Карактеристике односа с јавношћу у дигиталном окружењу. Стратешко планирање и трендови у дигиталној маркетиншкој комуникацији. Креирање корисничког искуства у дигиталној комуникацији. Мултимедијална комуникација и медијска продукција у дигиталном окружењу. Off line и on line storytelling. Copywriting. Дизајн дигиталних визуалних садржаја. Креирање Web и landing page страница. Google аналитика. Google AdWords. Search Engine Optimization (SEO). Search Engine Marketing (SEM). Маркетинг и односи с јавношћу путем друштвених медија и платформи. Стратегија комуникација на друштвеним мрежама. On line reputation management. Карактеристике дигиталног маркетинга и on line reputation management-а у туризму и хотелијерству. <i>Практична настава</i> Креативне радионице, Симулација дигиталне сегментације, Израда плана стратешких дигиталних комуникација.			
Литература <ul style="list-style-type: none"> – Филиповић, Ј. (2021). <i>Дигитални маркетинг</i>. Београд: Економски факултет Универзитета у Београду – Алчаковић, С., Ђорђевић, А., и Савановић, Н. (2021). <i>Дигитални маркетинг</i>. Београд: Универзитет Сингидунум. – Figueoa, С. (2020). <i>Uvod u digitalni marketing</i>. Београд: Компјутер библиотека. – Крајновић, А., Сикирић, Д., и Хордов, М. (2019). <i>Дигитални маркетинг-нова ера тржишне комуникације</i>. Задар: Свеучилиште у Задру. – Kingsnorth, S. (2019). <i>Digital Marketing Strategy-An Integrated Approach to Online Marketing</i>. London: Kogan page. 			
Број часова	активне наставе	Теоријска настава: 4	Практична настава: 3
Методe извођења наставе Интерактивна дискусија, студија случајева, учествовање у креативним радионицама и презентација резултата, израда семинарских радова.			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	поена	Завршни испит	поена
активност у току предавања	5	писмени испит	/
практична настава	5	усмени испит	60
колоквијум	1x10=10		
семинарски рад	20		