

Студијски програм: Пословна економија и финансије			
Назив предмета: Дигитални маркетинг			
Наставник/наставници: Маја Р. Ћирић, Драган С. Илић			
Статус предмета: Изборни			
Број ЕСПБ: 6			
Услов: Упис			
Циљ предмета Циљ предмета је да студентима пружи свеобухватно разумевање и практично знање из области дигиталног маркетинга. Упознавање студената са начином креирања вредности за интернет купце, развијање ефикасне дигиталне маркетинг кампање и коришћење различитих алата и платформи за управљање односима са купцима. Истовремено, циљ предмета је развој неопходних вештина и способности студената за успешно планирање и имплементацију дигиталних маркетиншких стратегија у савременом пословном окружењу.			
Исход предмета Студент ће након положеног испита бити способан да: Дефинише и именује кључне појмове и елементе дигиталних екосистема савремених индустрија; Објасни и опише проблеме купаца и предложи одговарајућа решења ради задовољења њихових очекивања; Прикаже и илуструје иновативне вредносне предлоге прилагођене „личности купца“ и креира позиционе и перцептуалне мапе из перспективе усмерене на корисника; Упореди и класификује различите дигиталне комуникационе токове и процесе учења у функцији тестирања и потврђивања уклапања производа на тржишту; Просуди и критички процени профил и позицију компанија на главним дигиталним каналима (Instagram, Facebook, LinkedIn, Google Search, Twitter, YouTube и др.).			
Садржај предмета <i>Теоријска настава</i> Увод у дигитални маркетинг. Стратегија дигиталног маркетинга и садржаја. Дизајн корисничког искуства. Развој и дизајн функција маркетинга на вебу. Писање садржаја за дигиталне медије. Управљање односима са купцима. Оптимизација претраживача. Претраживање оглашавања. Партнерски маркетинг. Видео маркетинг. Канали друштвених медија. Стратегија и примена друштвених медија у маркетингу. Маркетинг електронском поштом. Мобилни маркетинг. Аналитика маркетиншких података. Оптимизација разговора. <i>Практична настава</i> Креирање вредности за интернет купца. Интернет маркетинг микс. Веб дизајн. Маркетинг садржаја. Креирање дигиталног CRM-а. Wordpress модели. Плаћене претраге. Youtube стратегија. Mailchimp кампања електронске поште. Мобилни маркетинг и куповине унутар апликације. Google аналитика. Yandex аналитика. Маркетинг планирање.			
Литература Основна: Filipović, J. (2021). <i>Digitalni marketing</i> . Beograd: CID Ekonomskog fakulteta. Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2025). <i>Digital marketing: Strategy, implementation and practice</i> (9th ed.). Harlow, UK: Pearson Education Limited. Додатна: Kingsnorth, S. (2019). <i>Digital marketing strategy: An integrated approach to online marketing</i> (2nd ed.). London: Kogan Page. Ryan, D. (2016). <i>Understanding digital marketing: Marketing strategies for engaging the digital generation</i> (4th ed.). London: Kogan Page. Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). <i>Marketing 5.0: Technology for humanity</i> . Hoboken, NJ: Wiley.			
Број часова активне наставе		Теоријска настава: 3x15=45	
		Практична настава: 2x15=30	
Методе извођења наставе Предавања-аудиторна, интерактивна Вежбе - Студије случајева, решавање задатака, пројекат; дискусије			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	поена	Завршни испит	поена
активност у току предавања	10	писмени испит	
практична настава	10	усмени испт	50
колоквијум I	10		
самосталан пројектни задатак	20		