

Студијски програм : Софтверско инжењерство			
Назив предмета: Интернет маркетинг			
Наставник: Радован Б. Драгић			
Статус предмета: Изборни			
Број ЕСПБ: 8			
Услов: 37 + 37 ЕСПБ			
Циљ предмета Циљ предмета је да студенти овладају маркетингом као управљачким процесом у предузећу, са посебним нагласком на интернет маркетинг као кључни продајни и комуникациони канал. У оквиру предмета СЕО се третира као интегрални део интернет маркетинга и као полуга раста видљивости, саобраћаја и конверзија. Студенти стичу разумевање стратегије дигиталног маркетинга, примене маркетинг микса у онлајн окружењу и изградње односа са купцима у дигиталном екосистему. Посебна пажња посвећује се интегрисаним маркетиншким комуникацијама, планирању садржаја, СЕО оптимизацији у три стуба и мерењу перформанси дигиталних активности кроз јасно дефинисане циљеве и показатеље успешности.			
Исход предмета По завршетку предмета студенти ће бити у стању да: разумеју место интернет маркетинга и СЕО оптимизације у оквиру укупне пословне и маркетинг стратегије предузећа; формулишу и спроведу интернет маркетинг стратегију која обухвата истраживање кључних речи, онпејд, офпејд и технички СЕО, као и стратегију садржаја и локално позиционирање; осмисле и реализују кампање у претраживачима, на друштвеним мрежама и путем имејла у усаглашеном омниканалном плану; поставе систем мерења у алатима за дигиталну аналитику, дефинишу циљеве, догађаје и конверзије и израде извештаје са препорукама за унапређење; примене принципе оптимизације стопе конверзије кроз унапређење корисничког искуства и А/В тестирање; да примењују етичке и правне стандарде, укључујући политику приватности и прописе о заштити података.			
Садржај предмета <i>Теоријска настава</i> Маркетинг концепт и маркетинг управљачки процес, улога интернет маркетинга у маркетингу, увод у интернет маркетинг, стратегија у дигиталном маркетингу, етички и законски оквири пословања на интернету, трендови развоја у електронском пословању, мотиви потрошача и употреба медија, повезаност интернета и управљања односима са купцима, испорука онлајн потрошачког искуства, производи у онлајн простору, цена и платни промет у виртуелном окружењу, место продаје, интернет промотивни микс, значај интернета у систему интегрисаних маркетиншких комуникација, интернет сајтови и банери, електронска пошта, Web 1.0, 2.0, 3.0, 4.0, друштвене мреже, маркетинг путем претраживача и СЕО, истраживање кључних речи, онпејд, технички и офпејд СЕО, онлајн односи са јавношћу, дигитална аналитика и процес анализе пословања, мерење резултата на интернет сајту, мере успешности имејл кампања, ефекти употребе друштвених мрежа у пословне сврхе, донети плаћеног оглашавања путем претраживача, извештавање о резултатима онлајн кампање.			
<i>Практична настава</i> Практична настава усмерена је на анализу и дискусију примера из праксе и израду пројектних радова. Студенти спровode иницијални СЕО и маркетинг аудит веб локације, раде истраживање кључних речи и анализу резултата претраге, дефинишу онпејд унапређења и план структурираних података, састављају медијски план за претраживаче и друштвене мреже, постављају оквир мерења са циљевима и догађајима и припремају контролне табле за извештавање. Практични рад обухвата и планирање садржаја у календару објава, припрему имејл кампање са мерама успешности, предлог активности за локално позиционирање и израду предлога за оптимизацију стопе конверзије заснованих на увиду из података. Завршни део чини презентација пројектних радова уз образложење донетих одлука и предложених мера за даљи раст.			
Литература Филиповић, Ј. (2024). Дигитални маркетинг, Београд: Универзитет у Београду – Економски факултет, Центар за издавачку делатност (ЦИД) Додатна литература Стојковић, Д., Докић, А. (2022). Електронска трговина у Републици Србији. Београд: Економски факултет Универзитета у Београду – ЦИД Krstić, N., Gajić, M. (2020). SEO: od teorije do prakse – optimizacija veb-sajta za pretraživače, Београд: Факултет за медије и комуникације Kotler, Philip; Kartajaya, Hermawan; Setiawan, Iwan (2021). Marketing 5.0: Technology for Humanity. Hoboken, NJ: Wiley.			
Број часова активне наставе		Теоријска настава: 2x15=30	Вежбе: 3x15=45
Методe извођења наставе Предавања су интерактивна уз подршку савремених учила и активно учешће студената. На часовима вежби врши се обнављање градива са предавања, провера знања студената, анализа случајева из праксе, индивидуалне и групне презентације пројектних радова, дискусије.			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	поена	Завршни испит	поена
активност у току предавања	10	писмени испит	
практична настава	10	усмени испит	50
колоквијум-и	20		
семинар-и	10		