

Студијски програм: Комуникологија, Новинарство			
Назив предмета: Дигитални маркетинг			
Наставник: проф. др Мрђа Небојша			
Статус предмета: Изборни			
Број ЕСПБ: 6			
Услов: Нема.			
Циљ предмета			
Студенти Факултета политичких наука могу директно да буду укључени у маркетиншке активности пословних и других организација. У маркетиншким активностима савремених организација данас доминира дигитална (<i>online</i>) компонента и зато је потребно да се упознају са техникама коришћења нових информационих технологија у маркетингу и, нарочито, са новим аналитичким и комуникационим могућностима које оне доносе. Чак и у случају да не планирају да се директно баве маркетингом, за студенте је корисно да знају што више о дигиталном маркетингу јер је то пословна функција која комуницира са свим осталим пословним функцијама предузећа и других организација.			
Исход предмета			
Студенти ће научити до каквих промена у маркетиншким активностима је дошло услед масовне примене нових информационих технологија у свим економским и друштвеним активностима; како се користе нове информационе технологије у маркетингу; како се планирају и реализују активности дигиталног маркетинга.			
Садржај предмета			
<i>Теоријска настава:</i> Одређење дигиталног маркетинга, Употреба Интернет алата за различите циљеве у дигиталном маркетингу; Израда веб сајтова; Веб аналитика; Редифинисање маркетинг микса; Дигитални маркетинг модели; Дигитални клијенти; Маркетинг на Интернет сервисима за социјално умрежавање; Дизајнирање веб сајтова као део дигиталног маркетинга; Привлачење Интернет саобраћаја; Дугорочна комуникација са потрошачима; Управљање дигиталним маркетингом; Планирање дигиталног маркетинга			
<i>Практична настава:</i> Вежбе (пример израде дигиталне маркетинг стратегије, уређивање Facebook налога и Instagram профила, пример израде маркетинг кампање на Facebook-у и одређивање таргет групе за изабраног клијента, SEO – пример анализе изабраног сајта и савета за корекције у зависности од циљног тржишта, Google Ads – основе промоције на Google-у, Google analitika - прикупљање, анализа и употреба података).			
Литература			
а) Обавезан наставни материјал је књига: Дејвид Чефи и ПР Смит, 2018, "Дигитални маркетинг: планирање и оптимизација", Београд, ФМК књиге – Факултет за медије и комуникације, (странице: 11-50, 59-72, 109-131, 161-187, 217-282, 282-305, 341-376, 403-427, 457-484, 513-556; укупно 317 од 582 странице)			
б) Допунски извори су презентације и линкови постављени на сајтове ФПН-а или предметног наставника.			
Број часова активне наставе:	Теоријска настава: 30	Практична настава: 15+15	
Методе извођења наставе: Предавања и консултације у вези коришћења специфичних софтвера и Приступног рада – презентације о самостално обрађеној теми из домена предмета.			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	поена	Завршни испит	поена
активност у току предавања	10	усмени испит	60
Тест (теоријски део средином семестра)	10		
Практичан рад – демонстрација способности коришћења специфичних софтвера из програма предмета	10		
Приступни рад – презентација обрађене теме из програма предмета	10		