

<b>Naziv predmeta</b>	DIGITALNI MARKETING					
<b>Skraćeni naziv</b>	<b>Status</b>	<b>Semestar</b>	<b>ECTS</b>	<b>Fond časova (P+A+L)</b>		
RN-DIM	obavezan	5.	7	2	2	
<b>Šifra predmeta</b>	RN-DIM					
<b>Vrsta i nivo studija, studijski program:</b> Akademске studije prvog ciklusa studija; Studijski program Računarske nauke						
<b>Uslovljenost drugim predmetima:</b> Nema uslova prijavljivanja i slušanja predmeta.						
<b>Ciljevi izučavanja predmeta:</b> Cilj ovog kursa je da se studenti upoznaju sa Internet marketingom, koristeći poslovne modele nastupa na Internetu, te da savladaju tehnike izrade Internet marketing plana. Takođe, cilj predmeta je osposobiti studente za korištenje različitih digitalnih marketinških alata i njihovu integraciju sa tradicionalnim marketinškim alatima i medijima.						
<b>Ime i prezime nastavnika i saradnika:</b>						
<b>Metod nastave i savladavanje gradiva:</b> Nastava se izvodi u obliku predavanja i vježbi na računaru. Učenje, testovi, domaći radovi, seminarski rad i konsultacije.						
<b>Sadržaj predmeta po sedmicama:</b>						
1.	Modeli poslovnog nastupa na Internetu.					
2.	Internet marketing plan. Strategije Internet marketinga.					
3.	Tehnike i taktike. SEO tehnike.					
4.	Društveni mediji. Društvene mreže.					
5.	Mobilni marketing.					
6.	Upravljanje odnosima sa klijentima.					
7.	Poslovna inteligencija u Internet marketingu.					
8.	Trendovi u Internet marketingu. Tehnologije internet marketinga: forum, blog, rss.					
9.	Prvi test					
10.	Tehnologije internet marketinga: CMS, affiliate, SEO, Google servisi.					
11.	Internet biznis plan. Internet marketing plan.					
12.	Registracija domena, besplatni hosting, plaćeni hosting.					
13.	Veb dizajn, elaborat o vizuelnom identitetu. Instalacija Wordpress CMS-a.					
14.	CRM, integracija sa Wordpress-om. Integracija elektronske prodavnice sa Wordpress-om.					
15.	Razvoj portala. SEO–primjer na Wordpress.					
16.	Primjena Google i servisa društvenih mreža. Internet reklamiranje.					
17.	Drugi test					
<b>Opterećenje studenta po predmetu:</b>						
Nedjeljno:			<b>U semestru:</b>			
Kreditni koeficijent			<b>Ukupno opterećenje za predmet:</b>			
7/30=0,23			7 kredita x 30 sati/kreditu=210 sati			
Nedjeljno opterećenje:			Aktivna nastava: 4 x15= 60 sati predavanja i vježbi,			
= 0,23 x 40 sati			<b>Kontinualna provjera znanja: 10 sati</b>			
= 9 sati			<b>Završna provjera znanja: 5 sati</b>			
			<b>Samostalan rad: učenje, seminarski, konsultacije 105 sati</b>			
<b>Obaveze studenta:</b> Studenti su obavezni da: pohađaju nastavu, urade domaće radove, seminarski rad i testove, da rade kolokvije i posjećuju konsultacije.						
<b>Literatura:</b> Ružić, D., Biloš, A., Turkalj, D. (2014). Emarketing, III izmijenjeno i dopunjeno izdanje. Osijek: Ekonomski fakultet u Osijeku.; Ryan, D., Jones, C. (2009). Understanding digital marketing-Marketing strategies for engaging the digital generation. Kogan Page, London.; Strauss, J., El-Ansary, A. Frost, R. (2006). E-Marketing 4/E. Prentice Hall.						
<b>Oblici provjere znanja i ocjenjivanje:</b> Redovno prisustvo nastavi donosi do 10 bodova, kolokvijumi, testovi donose do 30 bodova (2x15), domaći radovi i seminarski rad donosi do 10 bodova, završni ispit donosi do 50 bodova. Prolazna ocjena se dobije ako se sakupi 55 ili više bodova.						
<b>Posebna napomena za predmet:</b> Nema						