**Табела 5.2.** Спецификација предмета

Спецификацију треба дати за сваки предмет из студијског програма.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Студијски програм :** **Напредна аналитика података у бизнису** | | | | |
| **Назив предмета: Дигитална маркетинг аналитика** | | | | |
| **Наставник/наставници:** **Александар Грубор** | | | | |
| **Статус предмета:** **Изборни** | | | | |
| **Број ЕСПБ: 7** | | | | |
| **Услов: Нема** | | | | |
| **Циљ предмета**  Циљ предмета је оспособљавање студената за реализацију корака у процесу маркетинг менаџмента у области дигиталног маркетинга. | | | | |
| **Исход предмета**  На основу стечених знања студенти ће моћи да управљају процесом дигиталног маркетинга. Савладавање предмета је од помоћи у адекватној реализацији различитих дигиталних маркетинг активности у различитим областима њихове примене. | | | | |
| **Садржај предмета**  *Теоријска настава*   1. *недеља: Дефинисање дигиталног маркетинга* 2. *недеља: Дигитална маркетиншка миопија, дигитализација и маркетиншка парадигма* 3. *недеља: Дигитални маркетинг и промена маркетиншке парадигме* 4. *недеља: Дигитална маркетиншка истраживања* 5. *недеља: Дигитално маркетиншко окружење* 6. *недеља: Циљни маркетинг* 7. *недеља: Сегментација тржишта и избор циљног тржишта* 8. *недеља: Стварање вредности* 9. *недеља: Позиционирање и диференцирање дигиталне вредности и искуства* 10. *недеља: Маркетиншки микс у дигиталном окружењу* 11. *недеља: Производ/услуга у дигиталном окружењу* 12. *недеља: Одређивање и диференцирање онлајн цена* 13. *недеља: Канали дистрибуције у дигиталном окружењу* 14. *недеља: Дигитална маркетиншка комуникација* 15. *недеља: Организовање, примена и контрола дигиталних маркетиншких активности*     *Практична настава*  *Реализација дигиталног маркетинг истраживања, избор елемената стратегије и тактике дигиталног маркетинга.* | | | | |
| **Литература**   1. Ракић, Б., Ракић, М. (2015). Дигитални маркетинг: интегрисани приступ дигиталним маркетиншким активностима. Завод за уџбенике и наставна средства: Београд 2. Чефи, Д., Смит, П.Р. (2018). Дигитални маркетинг: планирање и оптимизације. Факултет за медије и комуникације: Београд (одабрани делови) | | | | |
| **Број часова активне наставе** | **Теоријска настава: 2** | | **Практична настава: 2** | |
| **Методе извођења наставе**  Предавања, вежбе, консултације, дискусије, коришћење одговарајућих алата. | | | | |
| **Оцена знања (максимални број поена 100)** | | | | |
| **Предиспитне обавезе** | поена | **Завршни испит** | | поена |
| активност у току предавања | **5** | писмени испит | |  |
| практична настава |  | усмени испт | | **40** |
| колоквијуми (2 пута по 20 бодова) | **40** | *..........* | |  |
| семинар-и | **15** |  | |  |