



ДОКУМЕНТАЦИЈА ЗА АКРЕДИТАЦИЈУ СТУДИЈСКОГ ПРОГРАМА  
ПРВОГ СТЕПЕНА АКАДЕМСКОГ ОБРАЗОВАЊА

Стандард 5. Курикулум

Табела 5.2 Спецификација предмета

Шифра: ОАСМЕ05

<b>Студијски програм:</b> Пословна информатика			
<b>Врста и ниво студија:</b> Студије првог степена – Основне академске студије			
<b>Назив предмета:</b> Дигитални маркетинг			
<b>Наставник (Презиме, средње слово, име):</b> Александар Грубор			
<b>Статус предмета:</b> Изборни			
<b>Број ЕСПБ:</b> 6			
<b>Услов:</b> Нема			
<b>Циљ предмета:</b> Оспособљен студент да самостално тумачи и примењује маркетинг концепте у електронском окружењу, вишеканалном маркетингу, друштвеним мрежама, мобилним уређајима, електронској комуникацији, те да идентификује и разуме трендове дигиталног маркетинга.			
<b>Исход предмета:</b> Способност разумевања, тумачења и примене маркетинг концепта у електронском окружењу; Способност разумевања и примене маркетинг аутоматизације засноване на вишеканалном маркетингу, друштвеним мрежама, мобилним уређајима, електронској пошти, online комуницирању са циљем припреме аналитичких извештаја; Способност идентификовања и разумевања трендова електронског маркетинга, као и употребе дигиталних средстава у реализацији маркетинг концепта; Способност сагледавања најбољих пракси дигиталног брендирања.			
<b>Садржај предмета:</b> Дефинисање маркетинга; Еволуција маркетинг концепта; Промене у апликацији маркетинга; Маркетинг информациони системи и маркетинг истраживање; Сегментација електронског тржишта и избор циљног тржишта у електронском окружењу, Истраживање понашања потрошача у електронском окружењу; Истраживање конкуренције у електронском окружењу; Производ – инструмент маркетинг микса у електронском окружењу; Цена – инструмент маркетинг микса у електронском окружењу; Канали дистрибуције – инструмент маркетинг микса у електронском окружењу; Промоција – инструмент маркетинг микса у електронском окружењу; Основе електронског пословања; Апликације електронског пословања; Управљање односима са потрошачима у електронском окружењу; Интернет маркетинг.			
<b>Литература:</b> Стеван Васиљев, Маркетинг принципи, Прометеј, Нови Сад, 2005. Миодраг Ивковић, Бранимир Ђорђевић, Зоран Субић, Душанка Миланов, Интернет маркетинг и електронско пословање, Технички факултет „Михајло Пупин“, Зрењанин, 2011.			
<b>Број часова активне наставе у 5. семестру</b>			Остали часови
Предавања: 30	Вежбе: 30	Други облици наставе: Студијски истраживачки рад:	
<b>Методе извођења наставе:</b> предавања, вежбе, дискусије, анализа семинарских радова.			
<b>Оцена знања (максимални број поена 100)</b>			
<b>Предиспитне обавезе</b>	<b>поена</b>	<b>Завршни испит</b>	<b>поена</b>
активности у току предавања:		писмени испит	
колоквијуми: 1	20	усмени испит	40
домаћи задаци: 5	10		
семинарски рад:	30		
студија случаја у рачунарској лабораторији: 1			
<b>СВЕГА</b>	<b>60</b>		<b>40</b>