

**Табела 5.2. Спецификација предмета**

<b>Студијски програм :</b> Дигитални маркетинг			
<b>Назив предмета:</b> Маркетинг садржаја			
<b>Наставник/наставници:</b> проф. др Томислав Сударевић			
<b>Статус предмета:</b> ОС			
<b>Број ЕСПБ:</b> 6			
<b>Услов:</b>			
<b>Циљ предмета</b> Од квалитета садржаја који се односи на презентацију понуде потенцијалним купцима, у великој мери зависи и њихова перцепција вредности, као и доношење одлуке о куповини. Наставни предмет "Маркетинг садржаја" има за циљ да аналитички омогући увид студентима у процесе креирања стратегије, планирања, производње, промоције и мерења различитих садржаја који могу бити пронађени на интернету – блогова и различитих аудио или видео садржаја.			
<b>Исход предмета</b> Након савладавања знања и усвајања вештина из овог предмета студенти ће бити оспособљени да поставе стратегијске правце, планирају, учествују у креирању, промовисању и вредновању различитих аудио и/или видео и/или текстуалних садржаја потенцијално понуђених на интернету. Студенти ће бити обучени и за полагање одговарајућег бесплатног сертификата компаније Hubspot из области маркетинга садржаја.			
<b>Садржај предмета</b> <i>Теоријска настава</i> У оквиру теоријског дела наставе предвиђено је објашњење разумевања понашања купаца у вези са различитим садржајима дигиталног маркетинга, као и елемената управљања таквим садржајима. У домену управљања садржајима дигиталног маркетинга детаљно ће се изучавати активности планирања садржаја, организационе активности (спровођење) и контролне активности целокупног процеса. <i>Практична настава</i> Практична настава ће обухватити целине које ће омогућити студентима успешно креирање и управљање различитим текстуалним, аудио или видео садржајима на различитим медијима дигиталног маркетинга. То подразумева креативно осмишљавање и израду аудио/видео/текстуалних садржаја за примену у актуелним дигиталним комуникационим каналима.			
<b>Литература</b> Скот, Д.М. (2013). Нова правила маркетинга и односа с јавношћу. Микрокњига: Београд Чефи, Д., Смит, П.Р. (2018). Дигитални маркетинг: планирање и оптимизације. Факултет за медије и комуникације: Београд (одабрани делови)			
<b>Број часова активне наставе</b>	<b>Теоријска настава:</b> 30		<b>Практична настава:</b> 30
<b>Методе извођења наставе</b> Предавања, вежбе, консултације, дискусије, коришћење одговарајућих алата			
<b>Оцена знања (максимални број поена 100)</b>			
<b>Предиспитне обавезе</b>	поена	<b>Завршни испит</b>	поена
активност у току предавања	5	писмени испит	
практична настава		усмени испит	40
колоквијум-и (2)	40 (2*20)	.....	
семинари	15		
Начин провере знања могу бити различити наведено у табели су само неке опције: (писмени испити, усмени испит, презентација пројекта, семинари итд.....			
*максимална дужна 2 странице А4 формата			