

Табела 5.2. Спецификација предмета

Студијски програм : Дигитални маркетинг			
Назив предмета: Маркетинг садржаја			
Наставник/наставници: проф. др Томислав Сударевић			
Статус предмета: ОС			
Број ЕСПБ: 6			
Услов:			
Циљ предмета 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.			
Исход предмета 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.			
Садржај предмета <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.			
Литература 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)			
Број часова активне наставе	Теоријска настава: 30		Практична настава: 30
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 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			