

Спецификација предмета за књигу предмета

Студијски програм		Мултимедијалне технологије		
Изборно подручје (модул)				
Врста и ниво студија		Основне струковне студије		
Назив предмета		Интернет маркетинг		
Наставник (за предавања)		др Сања С. Марковић		
Наставник/сарадник (за вежбе)				
Наставник/сарадник (за ДОН)				
Број ЕСПБ	6	Статус предмета (обавезни/изборни)	изборни	
Услов				
Циљ предмета	Циљ предмета је да се студенти упознају са основним аспектима Интернет маркетинга, користећи пословне моделе наступа на Интернету и да савладају технике израде Интернет маркетинг плана.			
Исход предмета	Савладавањем овог предмета студенти ће применом концепта савременог маркетинга у малим и средњим предузећима и другим пословним организацијама успешно обављати пословање путем Интернета.			
Садржај предмета				
Теоријска настава	Реализује се кроз петнаест програмских целина: 1. Тржиште као полазиште за примену маркетинг концепције. 2. Сегментација тржишта и позиционирање. 3. Систем интеракције окружења и предузећа. 4. Појам и значај маркетинга. 5. Савремени концепт маркетинга. 6. Маркетинг микс. 7. Планирање, организовање и контрола маркетинга. 8. Маркетинг и међународно пословно окружење. 9. Појам интернета. 10. Тимови који раде на развоју и типови веб сајтова. 11. Друштвени медији и сајтови за друштвено умрежавање. 12. Брендмирање производа и сајта. 13. Електронска трговина. 14. Мерење успеха интернет кампање. 15. Анализа случајева из праксе.			
Практична настава (вежбе,	Студије случајева за основе маркетинга, функционисање тржишног механизма, принципа савременог маркетинга, инструменте маркетинг микса, пословање предузећа путем Интернета.			
Литература				
1	Шарац, М., Јевремовић, А., Радовановић Д., Интернет маркетинг, Универзитет Сингидунум, Београд, 2015.			
2	Kotler, P., Fernando, T., Lateralni marketing: novi putevi do uspešnih ideja, Asee, Novi Sad 2008.			
3	Филиповић, В., Костић-Станковић, М., Маркетинг менаџмент, ФОН-Институт за менаџмент, Београд, 2007.			
4	Милисављевић, М., Маркетинг, Савремена администрација Београд, 2003.			
5				
Број часова активне наставе недељно током семестра/триместра/године				
Предавања	Вежбе	ДОН	Студијски истраживачки рад	Остали часови
2	2	0		
Методе извођења наставе	Настава се изводи путем предавања и аудиторних вежби. На предавањима се излажу теоретске основе и принципи савременог маркетинга а на аудиторним вежбама се детаљније разрађују поставке дефинисане на предавањима путем практичних примера у интеракцији са студентима.			
Оцена знања (максимални број поена 100)				
Предиспитне обавезе	поена	Завршни испит		поена
активност у току предавања	10	писмени испит		30
практична настава		усмени испит		30
колоквијуми	20			
семинари	10			