

Студијски програм: ОАС Информатика			
Назив предмета: Интернет маркетинг			
Наставник/наставници: др Небојша М. Денић, ванредни професор			
Статус предмета: Изборни			
Број ЕСПБ: 7			
Услов: Нема			
Циљ предмета:			
Циљ предмета је да се студенти упознају са интернет маркетингом, да савладају технике интернет маркетинга и алате друштвених медија у изради и имплементацији интернет маркетинг плана и оспособљавање студената за остваривање циљева компанија путем маркетинга на интернет сајтовима.			
Исход предмета:			
Оспособљавање студената да развијају комплетне интернет маркетиншке стратегије, применом техника као што су SEO технике, стратегије садржаја, e-mail маркетинг, друштвене медије у реалним пословним сценаријима.			
Садржај предмета:			
<i>Теоријска настава:</i>			
Увод у дигитални маркетинг. Модели пословног наступа на интернету. Интернет маркетинг план. Стратегије интернет маркетинга. Технике и тактике интернет маркетинга. Различити SEO алати за анализу публике и посећености интернет страници. SEO технике. Content маркетинг. Referral маркетинг. Affiliate marketing. Примена друштвених мрежа у пословању предузећа. Сервиси друштвених мрежа. SMART анализа. Маркетинг на друштвеним мрежама. Анализа података са друштвених мрежа (Social network analysis) коришћењем алата А/Б тестирање. Пословна интелигенција у интернет маркетингу. Big data аналитика у интернет маркетингу. Пословно интелигентни системи и интернет маркетинг. Трендови у интернет маркетингу: видео маркетинг, gamification, виртуелна реалност у интернет маркетингу, интернет интелигентних уређаја у маркетингу- Управљање квалитетом у интернет маркетингу. YouTube алгоритам и видео маркетинг, Коришћење User-Generated Content у маркетингу, Друштвена одговорност и интернет маркетинг, Персонализација у е-трговини и e-mail маркетингу, Аутоматизација e-mail маркетинга, Чатботови и вештачка интелигенција за корисничко искуство, Мобилни маркетинг и апликације за маркетинг, Заштита приватности података у интернет маркетингу, VR и AR технологије у маркетиншким искуствима, Експерименти у маркетингу.			
<i>Практична настава:</i>			
Дефинисање SMART циљева и главних показатеља учинка. Примери разраде комплетног интернет маркетинг плана, друштвених налога и бренд идентитета за студију случаја компаније или производа. Симулације интернет маркетинг кампања коришћењем алатки као што су Google Ads, Meta Ads или друге платформе за онлајн оглашавање.			
Литература:			
1. Филиповић, Ј. (2022). Интернет маркетинг. 3. допуњено и измењено издање Економски факултет: Београд.			
2. Б. Раденковић, М. Деспотовић Зракић, З. Богдановић, Д. Бараћ, А. Лабус, Електронско пословање, поглавља 12. Интернет маркетинг, 13. Друштвени медији, 14. Управљање односима са клијентима, пп. 169-209, ИСБН 978-86-7680-304-0; Факултет организационих наука, Београд, 2015.			
3. Н. Денић. С. Раденковић, Електронско пословање ПМФ КМ 2018, поглавље 6. Интернет маркетинг.			
Број часова активне наставе	Теоријска настава: 3	Практична настава: 3	
Методe 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	усмени испт	40
колоквијум-и	40		
семинар-и	15		