

Студијски програм: Електронске комуникације - модул ЕП, СИ
Врста и ниво студија: Специјалистичке струковне студије
Назив предмета: Интернет маркетинг
Статус предмета : обавезни, изборни
Број ЕСПБ: 4
Услов: нема
Циљ предмета
<p>Стицање знања о напредним стратегијама и техникама за унапређење брендирања, анализа саобраћаја путем web сајтова, унапређење нивоа претраживања употребом нових интернет маркетинг сервиса. Анализа маркетинг микса, индентификација маркетинг информационих система, употреба SWOT анализе.</p>
Исход предмета:
<p>Студенти комбинују стечена знања о Интернет сервисима. Комбиновање техничког аспекта интернета са дизајном, развојем, рекламирањем, и повезивањем са е-пословањем и маркетингом у општем и конвенционалном стратегијском смислу.</p>
Садржај предмета:
<p><i>Теоријска настава</i> Теорија маркетинга. SEO маркетинг. SEO оптимизација. Маркетинг информациони систем. Маркетинг путем електронске поште, маркетинг преко друштвених мрежа, мобилни маркетинг. Планирање маркетинга, Маркетинг микс, Маркетинг нових производа. Оф-лине и он-лине маркетинг, SWOT анализа, Телемаркетинг, Интернет маркетинг, Продаја, Маркетинг и продаја на Интернету, Производи и услуге погодни за продају на Интернету, Принципи градње WEB сите-а који продаје. Тенденције и трендови Интернет маркетинга.</p> <p><i>Практична настава</i> (вежбе, ДОН, студијски истраживачки рад) Семинарски радови студената, дизајн и развој апликација у лабораторијским условима, на рачунарским платформама.</p>
Литература:
<p>Материјал са предавања</p> <p>M. L. Roberts, D. Zahay, <i>Internet Marketing: Integrating Online and Offline Strategies</i> South Western Cengage Learning, 2013.</p>