



Šifra predmeta: T-562-3	Naziv predmeta: Digitalni marketing i novi mediji u turizmu		
Ciklus: II	Godina: I	Semestar: I	Broj ECTS kredita: 6
Status: Obavezni predmet		Ukupan broj sati: 60 Predavanja: 30 Vježbe: 30	
Učesnici u nastavi:	Nastavnici i saradnici izabrani na oblast kojoj predmet pripada		
Preduslov za upis:	/		
Ciljevi predmeta:	Sticanje znanja o specifičnostima upravljanja marketinškim aktivnostima u digitalnom okruženju. Upoznavanje analitičkih i komunikacionih mogućnosti koje pružaju informacione tehnologije u postupku kreiranja marketinških strategija u turizmu.		
Tematske jedinice:	<ol style="list-style-type: none">1. Osnove digitalnog marketinga - internetski marketing, marketing na bazi podataka i direktni marketing2. Definisane i specifičnosti informacionog sistema u digitalnom marketingu3. Internetska primarna istraživanja4. Obilježja marketing miksa u digitalnom okruženju5. Strateško planiranje u digitalnom marketingu6. Identifikacija tržišnih segmenata i izbor ciljnih tržišta na internetu7. Trendovi u digitalnoj marketinškoj komunikaciji8. Upravljanje digitalnim komunikacijama - marketing na društvenim mrežama9. Provjera znanja10. Mobilni i e-mail marketing11. Marketing sadržaja-kreiranje i uvođenje sadržaja12. Karakteristike digitalnog marketinga u turizmu i hotelijerstvu13. Amadeus i Pegasus Solutions14. Primjeri uspješnog e-marketinga u turizmu i hotelijerstvu15. Kreiranje marketing plana za digitalno okruženje		
Ishodi učenja:	<ul style="list-style-type: none">• Znanje: definiše osnovne pojmove u oblasti digitalnog		

	<p>marketinga i e-poslovanja;</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vještine: student analizira marketinški značaj komunikacijskih alata u digitalnom okruženju; student povezuje modele i vrste digitalnog oglašavanja; • Kompetencije: student primjenjuje formate alate digitalnog oglašavanja i kreira digitalnu marketing strategiju. 																																										
Metode izvođenja nastave:	Multimedijalno izlaganje i razgovor (predavanje); istraživački samostalni rad studenata i zajednička analiza (vježbe).																																										
Metode provjere znanja sa strukturom ocjene⁷:	<table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 60%;"></th> <th style="width: 20%; text-align: center;"><i>Max. bodova</i></th> <th style="width: 20%; text-align: center;"><i>Uslov</i></th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Pohađanje nastave</td> <td style="text-align: center;">5</td> <td style="text-align: center;">3</td> </tr> <tr> <td>Angažman na nastavi</td> <td style="text-align: center;">5</td> <td style="text-align: center;">3</td> </tr> <tr> <td>Prva provjera znanja</td> <td style="text-align: center;">30</td> <td style="text-align: center;">16</td> </tr> <tr> <td>Seminarski rad</td> <td style="text-align: center;">20</td> <td style="text-align: center;">11</td> </tr> <tr> <td>Završni ispit</td> <td style="text-align: center;">40</td> <td style="text-align: center;">22</td> </tr> <tr style="border-top: 1px solid black;"> <td>UKUPNO</td> <td style="text-align: center;">100</td> <td style="text-align: center;">55</td> </tr> </tbody> </table> <p>Ocjenjivanje:</p> <table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 15%;"><i>Ocjena</i></th> <th style="width: 45%;"><i>ECTS ocjena</i></th> <th style="width: 40%;"><i>Broj bodova</i></th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>10</td> <td>(A) izvrstan</td> <td style="text-align: center;">95 - 100</td> </tr> <tr> <td>9</td> <td>(B) odličan</td> <td style="text-align: center;">85 - 94</td> </tr> <tr> <td>8</td> <td>(C) vrlo dobar</td> <td style="text-align: center;">75 - 84</td> </tr> <tr> <td>7</td> <td>(D) dobar</td> <td style="text-align: center;">66 - 74</td> </tr> <tr> <td>6</td> <td>(E) dovoljan</td> <td style="text-align: center;">55 - 64</td> </tr> <tr> <td>5</td> <td>(F, FX) nedovoljan</td> <td style="text-align: center;">< 55</td> </tr> </tbody> </table>		<i>Max. bodova</i>	<i>Uslov</i>	Pohađanje nastave	5	3	Angažman na nastavi	5	3	Prva provjera znanja	30	16	Seminarski rad	20	11	Završni ispit	40	22	UKUPNO	100	55	<i>Ocjena</i>	<i>ECTS ocjena</i>	<i>Broj bodova</i>	10	(A) izvrstan	95 - 100	9	(B) odličan	85 - 94	8	(C) vrlo dobar	75 - 84	7	(D) dobar	66 - 74	6	(E) dovoljan	55 - 64	5	(F, FX) nedovoljan	< 55
	<i>Max. bodova</i>	<i>Uslov</i>																																									
Pohađanje nastave	5	3																																									
Angažman na nastavi	5	3																																									
Prva provjera znanja	30	16																																									
Seminarski rad	20	11																																									
Završni ispit	40	22																																									
UKUPNO	100	55																																									
<i>Ocjena</i>	<i>ECTS ocjena</i>	<i>Broj bodova</i>																																									
10	(A) izvrstan	95 - 100																																									
9	(B) odličan	85 - 94																																									
8	(C) vrlo dobar	75 - 84																																									
7	(D) dobar	66 - 74																																									
6	(E) dovoljan	55 - 64																																									
5	(F, FX) nedovoljan	< 55																																									
Literatura⁸:	<p>Obavezna:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Dave Chaffey, Fiona Ellis Chadwick. (2019) Digital marketing - strategy, implementation and practice, Pearson. 2. Ružić, D., Biloš, A., Turkalj, D. (2015) E-marketing. Osijek. Ekonomski fakultet. <p>Dopunska:</p> <ol style="list-style-type: none"> 3. Kothler, P., Keller, K.L. (2017) Marketing Menadžment. Beograd. Datat Status. 4. Li, C., Bernoff, J., (2008). Veliki val-kako pobjediti u svijetu novih društvenih tehnologija. Harvard Business Press. 																																										

⁷ Struktura bodova i bodovni kriterij za svaki nastavni predmet utvrđuje vijeće organizacione jedinice prije početka studijske godine u kojoj se izvodi nastava iz nastavnog predmeta u skladu sa članom 64. st. 6 Zakona o visokom obrazovanju Kantona Sarajevo.

⁸ Senat visokoškolske ustanove kao ustanove, odnosno vijeće organizacione jedinice visokoškolske ustanove, kao javne ustanove, utvrđuje obavezne i preporučene udžbenike i priručnike, kao i drugu preporučenu literature, na osnovu koje se priprema i polaže ispit posebnom odlukom koju obavezno objavljuje na svojoj internet stranici prije početka studijske godine u skladu sa članom 56. st. 3. Zakona o visokom obrazovanju Kantona Sarajevo.