



Акредитација студијског програма

МАСТЕР АКАДЕМСКЕ СТУДИЈЕ (МАС)

Стратешки маркетинг и комуникације

Стандард 05. - Курикулум

Табела 5.2 Спецификација предмета

Студијски програм	Стратешки маркетинг и комуникације																																	
Назив предмета	01.M20045 Интегрисане маркетиншке и дигиталне комуникације																																	
Наставник (ци)	Костић-Станковић М. Милица, Редовни професор Штавлјанин Б. Велимир, Редовни професор Властелица Л. Тамара, Ванредни професор																																	
Статус предмета	ОМ																																	
Број ЕСПБ	6																																	
Услов	Нема.																																	
Предмети предуслови	Нема																																	
Циљ предмета	<p>Студент ће након успешног савладавања предмета моћи да:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Критички процени различите концепте који су основа интегрисаних маркетиншких и дигиталних комуникација • Идентификује и примени различите стратегије и тактике интегрисаних маркетиншких и дигиталних кампања • Идентификује и објасни различите улоге које интегрисане и дигиталне комуникације имају у испуњењу циљева маркетинга • Се укључи у планирање, реализацију и контролу активности маркетиншких и дигиталних комуникација 																																	
Исход предмета	Упознавање студената са различитим стратегијама и тактикама интегрисаних маркетиншких и дигиталних комуникација. Обезбеђење теоријских и практичних знања потребних за планирање, реализацију и контролу различитих активности традиционалних и дигиталних комуникација.																																	
Садржај предмета	<p>Теоријска настава</p> <p>Основе маркетиншке и дигиталне комуникације и промоције. Процес комуникација. Традиционални и дигитални медији. Дигитални уређаји, платформе, подаци и технологије. Испорука оптималног доживљаја потрошача и потрошачев „пут“. Вишеканални (омниканални) приступ комуникацијама. Циљне групе, циљеви и избор канала комуникације. Планирање интегрисаних маркетиншких комуникација у контексту избора медија. ATL промоција. Ogлашавање. Персонализована BTL промоција. Лична продаја. Комуникацијске активности директног маркетинга. Групна BTL промоција. Унапређење продаје. Тржишни односи с јавношћу. TTL промоција. Стратегије дигиталне комуникације. Канали дигиталних комуникација. Маркетинг на претраживачима. Дисплеј ogлашавање. Маркетинг на друштвеним медијима. Имејл маркетинг. Онлајн односи с јавношћу. Маркетинг базиран на садржају (Content marketing). Аналитика у традиционалним и дигиталним каналима. Етика маркетиншких и дигиталних комуникација.</p> <p>Практична настава</p> <p>Савремени модели у комуникацијама. Истраживања традиционалног и дигиталног окружења за формулисање стратегија комуникација. Идентификација и профилисање циљних јавности. Развој инструмената маркетиншке комуникације. Развој инструмената дигиталне комуникације. Израда плана интегрисаних комуникација. Планирање дигиталних комуникација. Имплементација и контрола маркетиншких и дигиталних комуникација. Унапређење перформанси комуникација.</p>																																	
Литература	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Р.бр.</th> <th>Аутор-и</th> <th>Наслов</th> <th>Издавач</th> <th>Година</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1,</td> <td>Костић-Станковић М.</td> <td>Интегрисане пословне комуникације</td> <td>ФОН, Београд.</td> <td>2011</td> </tr> <tr> <td>2,</td> <td>Костић-Станковић М.</td> <td>Маркетиншко комуницирање у управљању односима са купцима</td> <td>Задужбина Андрејевић, Београд.</td> <td>2013</td> </tr> <tr> <td>3,</td> <td>Chaffey, D., Ellis-Chadwick.</td> <td>Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice, 7th edition,</td> <td>Pearson Education Limited.</td> <td>2019</td> </tr> <tr> <td>4,</td> <td>Tuten, T.L. and Solomon, M.R.</td> <td>Social Media Marketing, 3rd edition</td> <td>SAGE Publications.</td> <td>2017</td> </tr> <tr> <td>5,</td> <td>Meerman Scott D.</td> <td>The New Rules of Marketing and PR, 7th edition</td> <td>Wiley</td> <td>2020</td> </tr> </tbody> </table>				Р.бр.	Аутор-и	Наслов	Издавач	Година	1,	Костић-Станковић М.	Интегрисане пословне комуникације	ФОН, Београд.	2011	2,	Костић-Станковић М.	Маркетиншко комуницирање у управљању односима са купцима	Задужбина Андрејевић, Београд.	2013	3,	Chaffey, D., Ellis-Chadwick.	Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice, 7th edition,	Pearson Education Limited.	2019	4,	Tuten, T.L. and Solomon, M.R.	Social Media Marketing, 3rd edition	SAGE Publications.	2017	5,	Meerman Scott D.	The New Rules of Marketing and PR, 7th edition	Wiley	2020
Р.бр.	Аутор-и	Наслов	Издавач	Година																														
1,	Костић-Станковић М.	Интегрисане пословне комуникације	ФОН, Београд.	2011																														
2,	Костић-Станковић М.	Маркетиншко комуницирање у управљању односима са купцима	Задужбина Андрејевић, Београд.	2013																														
3,	Chaffey, D., Ellis-Chadwick.	Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice, 7th edition,	Pearson Education Limited.	2019																														
4,	Tuten, T.L. and Solomon, M.R.	Social Media Marketing, 3rd edition	SAGE Publications.	2017																														
5,	Meerman Scott D.	The New Rules of Marketing and PR, 7th edition	Wiley	2020																														
Број часова активне наставе	Теоријска настава	Практична настава			Остали часови																													
		Вежбе	ДОН	СИР																														
	2	2	0	0	0																													
Методе извођења наставе	Предавања илустрована помоћним аудио-визуелним средствима, интерактивна дискусија, рад у малим групама, решавање и представљање студија случајева, самостално истраживање студената, консултације у изради пројектног рада и самосталан рад студената кроз учење и израду пројектног рада.																																	



УНИВЕРЗИТЕТ У БЕОГРАДУ, ФАКУЛТЕТ ОРГАНИЗАЦИОНИХ НАУКА

11040 БЕОГРАД, ЈОВЕ ИЛИЋА 154



Акредитација студијског програма

МАСТЕР АКАДЕМСКЕ СТУДИЈЕ (МАС)

Стратешки маркетинг и комуникације

Стандард 05. - Курикулум

Оцене знања (максимални број поена 100)					
Предиспитне обавезе	Обавезна	Поена	Завршни испит	Обавезна	Поена
Практична настава	Да	10.00	Усмени испит	Да	40.00
Пројектни задатак	Да	50.00			