

<b>Студијски програм: Хотелијерство</b>			
<b>Назив предмета: Дигитални маркетинг у хотелијерству</b>			
<b>Наставник/наставници: др Лончар Ивана, др Спасојевић Јелена</b>			
<b>Статус предмета: изборни</b>			
<b>Број ЕСПБ: 7</b>			
<b>Услов: нема</b>			
<b>Циљ предмета</b>			
Студенти ће бити упознати са основним концептом и алатима дигиталног маркетинга, са посебним нагласком на примену у пословању хотела. Студенти ће стећи компетенције неопходне у савременом, у значајној мери дигитализованом, пословању. Упознаће се са алатима, техникама и тактикама које се примењују при креирању дигиталних маркетиншких стратегија, са посебним акцентом на примере из хотелијерства. Циљ је да студенти разумеју основе маркетиншких стратегија у дигиталном окружењу као и да могу да их самостално израде.			
<b>Исход предмета</b>			
Студент разуме основне специфичности дигиталног маркетинга. Разуме специфичности примене инструмената маркетинг микса у дигиталном окружењу: хотелске услуге, цене, канале продаје и промоције. Познаје и примењује формате, тактике и алате дигиталног оглашавања. Разуме значај и зна да користи дигиталне канале продаје на савременом хотелијерском тржишту. Креира маркетинг стратегију у дигиталном окружењу.			
<b>Садржај предмета</b>			
<i>Теоријска настава</i>			
Појам дигиталног маркетинга. Карактеристике дигиталног маркетинга. Етички и законски оквири пословања на интернету. Производи у онлајн простору. Цена и платни промет у виртуелном окружењу. Место продаје – онлајн продавнице. Интернет промотивни микс. Веб 1.0. маркетинг. Веб 2.0 маркетинг. Друштвене мреже. Маркетинг путем претраживача. Онлајн односи са јавношћу. Дигитална аналитика сопствених медија. Аналитика друштвених мрежа. Аналитика плаћених медија.			
<i>Практична настава</i>			
Маркетинг на друштвеној мрежи Фејсбук – примери из хотелијерске праксе. Маркетинг на друштвеној мрежи Инстаграм - примери из хотелијерске праксе. Хотелске онлајн продавнице – комисиони сајтови - примери из хотелијерске праксе. Хотелске онлајн продавнице – продајни сајтови - примери из хотелијерске праксе. Хотелске онлајн продавнице – рекламни сајтови - примери из хотелијерске праксе. <i>E-word of mouth</i> (E-WOM) портали као пример веб 2.0 портала и њихов значај на савременом хотелијерском тржишту – анализа портала <i>TripAdvisor</i> . Састављање одговора на хотелске рецензије на <i>E-WOM</i> порталима – значај, елементи. Евалуација, аналитика и праћење резултата – Гугл аналитика. Радионица планирања дигиталних маркетиншких кампања. Излагање студентских пројеката.			
<b>Литература</b>			
<b>Обавезна литература:</b>			
Филиповић, Ј. (2021). <i>Дигитални маркетинг</i> . Београд: Центар за издавачку делатност Економског факултета.			
<b>Допунска литература:</b>			
Фигероа, С. (2020). <i>Увод у дигитални маркетинг</i> . Београд : Компјутер библиотека.			
<b>Број часова активне наставе</b>		<b>Теоријска настава: 2</b>	<b>Практична настава: 3</b>
<b>Типови извођења наставе:</b> предавања, вежбе, консултације.			
<b>Методе извођења наставе:</b> метода усменог излагања, дијалогска метода, метода демонстрације, ИКТ методе, хеуристички разговор, метода практичног рада.			
<b>Оцена знања (максимални број поена 100)</b>			
<b>Предиспитне обавезе</b>	поена	<b>Завршни испит</b>	поена
активност у току предавања	<b>10</b>	писмени испит	<b>40</b>
практична настава	<b>20</b>	усмени испит	
колоквијум-и	<b>20</b>		
семинар-и	<b>10</b>		