

Студијски програм: Ресторатерство			
Назив предмета: Дигитални маркетинг у хотелијерству			
Наставник/наставници: др Лончар Ивана, др Спасојевић Јелена			
Статус предмета: изборни			
Број ЕСПБ: 7			
Услов: нема			
Циљ предмета			
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, а са посебним акцентом и на примерима из хотелијерства. Циљ је да студенти разумеју основе маркетиншких стратегија у дигиталном окружењу као и да их могу самостално израдити.			
Исход предмета			
Студент разуме основне специфичности дигиталног маркетинга. Разуме специфичности примене инструмената маркетинг микса у дигиталном окружењу: хотелске услуге, цене, канала 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.			
Садржај предмета			
<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.			
Литература			
Обавезна литература:			
Филиповић, Ј. (2021). <i>Дигитални маркетинг</i> . Београд: Центар за издавачку делатност Економског факултета.			
Допунска литература:			
Фигероа, С. (2020). <i>Увод у дигитални маркетинг</i> . Београд : Компјутер библиотека.			
Број часова активне наставе	Теоријска настава: 2	Практична настава: 3	
Типови извођења наставе: предавања, вежбе, консултације.			
Методе извођења наставе: метода усменог излагања, дијалогска метода, метода демонстрације, ИКТ методе, хеуристички разговор, метода практичног рада.			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	поена	Завршни испит	поена
активност у току предавања	10	писмени испит	40
практична настава	20	усмени испит	
колоквијум-и	20		
семинар-и	10		