

UČNI NAČRT PREDMETA / COURSE SYLLABUS

Predmet:	Digitalni marketing
Course title:	Digital Marketing

Študijski program in stopnja Study programme and level	Študijska smer Study field	Letnik Academic year	Semester Semester
Mediji in novinarstvo / Media and Journalism	Program nima smeri / Program has a single course	drugi, tretji / second, third	drugi / second
Visokošolski strokovni / B.A.			

Vrsta predmeta / Coursetype:

Univerzitetna koda predmeta / Universitycoursecode:

Predavanja Lectures	Seminar Seminar	Vaje Tutorial	Klinične vaje work	Druge oblike študija	Samost. delo Individ. work	ECTS
20		40			120	6

Nosilec predmeta / Lecturer:

Jeziki / Languages:

Predavanja / Lectures:	slovenščina, angleščina / Slovene, English
Vaje / Tutorial:	slovenščina, angleščina / Slovene, English

Pogoji za vključitev v delo oz. za opravljanje študijskih obveznosti:

Študent/študentka mora pred pristopom k izpitu izdelati obveznost vaj.

Prerequisites:

Student must successfully submit seminar assignment before examination.

Vsebina:

- Začetki spletnega omrežja imenovanega internet
- Opredelitev digitalnega marketinga
- Faze razvoja digitalnega marketinga
- Umestitev digitalnega marketinga v trženje
- Razlika med digitalnim marketingom in tradicionalnim marketingom
- Značilnosti digitalnih medijev
- Vpliv digitalnega marketinga na vedenje potrošnika
- Spletna stran, kot osnoven medij za komunikacijo z potrošnikom.

Content (Syllabusoutline):

- The beginning of internet
- Definition of digital marketing
- Phases of development of digital marketing
- Placement of digital marketing into classical marketing and sales.
- Difference between digital and classical marketing
- Features of digital media
- Impact of digital marketing to consumer behaviour
- Web page, basic tool for communication with consumer

- Opredelitev kanalov digitalnega marketinga
- Upravljanje digitalnih kampanij
- Strategije digitalnih kampanij
- Analiza in primerjava spletnih omrežij

- Definition of digital marketing channels
- Managing of digital campaigns
- Strategies of digital campaigns
- Analysis and comparison of digital networks

Temeljni literatura in viri / Readings:

Don Tapscott. 2009. *Grown Up Digital*. McGraw Hill.

Nancy Flynn. 2012. *The Social Media Handbook*. Wiley.

Mike Proulx, Stacey Shepatin. 2012. *Social TV*. John Wiley & Sons.

Don Tapscott, Anthony D. Williams. 2007. *Wikinomics*. Penguin Group.

Paul Gillin. 2007. *The New Influencers*. Sanger.

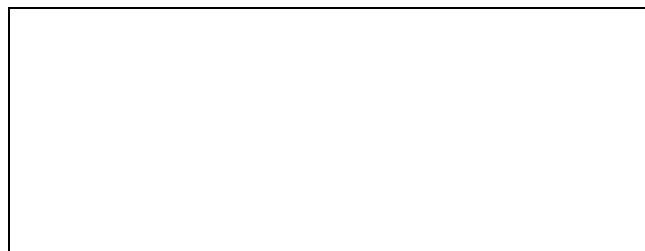
Cilji in kompetence:

- poznavanje in razumevanje družbenih procesov;
- sposobnost fleksibilne uporabe znanja v praksi;
- poznavanje koncepta kakovosti in vztrajno prizadevanje za kakovost strokovnega dela skozi avtonomnost, (samo)kritičnost, (samo)refleksivnost in (samo)evalviranje v strokovnem delu;
- razvoj sposobnosti in spretnosti za komuniciranje v domačem in mednarodnem okolju;
- zmožnost za prepoznavanje in izkoriščanje priložnosti, ki se ponujajo v delovnem in družbenem okolju (ki se izkazujejo kot podjetniški duh in aktivno državljanstvo);
- sposobnost povezovanja koherentno obvladanega temeljnega znanja, pridobljenega pri obveznih predmetih, ter njegova uporaba v praksi;
- razvoj veščin in spretnosti pri uporabi znanja na področju medijev s pomočjo reševanja teoretičnih, empiričnih ali praktičnih problemov;

Objectives and competences:

- knowledge and understanding of social processes;
- ability to flexibly apply knowledge in practice;
- knowledge of the concept of quality and persistent efforts for the quality of professional work through autonomy, (self)criticality, (self)reflexivity and (self)evaluation in professional work;
- ability to identify and take advantage of opportunities offered in the work and social environment (which are manifested as an entrepreneurial spirit and active citizenship);
- the ability to integrate coherently mastered basic knowledge acquired in compulsory subjects and its application in practice;
- development of skills in the application of knowledge in the field of media through the solution of theoretical, empirical or practical problems;
- ability to use information and communication technology and systems in the field of media and media production;
- fruitful communication with various stakeholders in the field of media.

- sposobnost uporabe informacijsko-komunikacijske tehnologije in sistemov na področju medijev in medijske produkcije;
- plodno komuniciranje z različnimi deležniki na področju medijev.



Predvideni študijski rezultati:

Znanje in razumevanje:

- osvojitve poznavanja vseh spletnih kanalov;
- osvojitve osnov interpretacije spletne analitike;
- sposobnost samostojne priprave spletne marketinške akcije;
- sposobnost razlikovanja med prodajno in branding spletno akcijo;
- sposobnost postavitve lastne spletne strani;
- sposobnost vodenja spletnih digitalnih kampanij in prilagajanje učinkom tekom spletne kampanije;
- učinkovito prepoznavanje izbire pravega spletnega kanala za maksimiziranje učinkov spletne akcije;
- uporaba metod in tehnik spletnega marketinga v različnih organizacijah, upoštevajoč mednarodni aspekt.

Intended learning outcomes:

Knowledge and understanding:

- acquiring knowledge of all digital channels;
- acquiring foundations for interpretation of digital analytics;
- ability of preparing digital marketing action;
- ability to distinguish between sales and branding digital action;
- ability of making own web page;
- ability to lead digital marketing campaign and adapting to effects during the campaign;
- knowledge to select the right digital channel for maximizing the effects of the web action;
- usage of methods and techniques of digital marketing in different organisations, considering international aspect.

Metode poučevanja in učenja:

- Predavanja z aktivno udeležbo študentov (razlaga, diskusija, vprašanja, primeri, reševanje problemov)
- Seminarske vaje (refleksija izkušenj, projektno delo, timsko delo, metode kritičnega mišljenja, diskusija, sporočanje povratne informacije, socialne igre)
- Uporaba spletne učilnice oziroma drugih sodobnih IKT orodij
- Individualne in skupinske konzultacije (diskusija, dodatna razlaga, obravnava specifičnih vprašanj)

Learning and teaching methods:

- Lectures with active participation of students (lecture, discussion, examples, questions, problem solving exercises)
- Tutorials with assignment (self-reflection, project work, team work, methods of critical thinking, discussion, feedback, practice)
- Use of online classroom or other contemporary ICT tools
- Individual and group consultation (discussion, additional explanation, questions)
- Individual work (motivation, focus, self-observation, reflection, self-evaluation)

- Samostojen študij (motiviranje, usmerjanje, samoopazovanje, samo uravnavanje, refleksija, samoocenjevanje)

--

Delež (v %) /
Weight (in %)

Načini ocenjevanja/Assessment

<p>Način:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pisni/ustni izpit <p>Obvezna prisotnost pri vajah ali izdelava seminarske naloge, kot pogoj za pristop k izpitu.</p> <p>Ocenjevalna lestvica – skladno s Pravilnikom o preverjanju in ocenjevanju znanja.</p>	<p>100%</p>	<p>Type:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Written/oral exam <p>Obligatory 100% presence at exercises or production of seminar papers as a condition of assesion to exam.</p> <p>Grading is in accordance with the Faculty's evaluation Ordinance.</p>
---	-------------	--

Reference nosilca / Lecturer's references:

Direktor prodaje in spletne agencije v podjetju Creatoor d.o.o.

Direktor prodaje v spletni agencij Interactive d.o.o.

Vodja nemškega digitalnega oglaševalskega sistema Plista za Slovenijo in Hrvaško.

Pomočnik direktorja trženja Media24.