

DIGITALNI MARKETING

NOSILEC: pred. mag. Mitja Košak

ECTS: 3 (20 ur predavanj; 10 ur vaj; 45 ur samostojnega dela)

VSEBINA:

INTERNET:

Internet kot okolje, v katerem živimo.
Družbeni, tehnični in poslovni vidik.
Mesto dizajna in pomen.

POSLOVNI VIDIKI:

Digitalni marketing in mesto v marketing mixu.
Poslovni modeli internet podjetij / poslovno okolje.
Spletni mediji: Lastniški, pridelani, plačani, najeti.
Share Economy, crowdsourcing, platforme.

MARKETING:

Vedenje potrošnikov pod vplivom interneta in socialnih medijev.
Vsebinski in Inbound marketing.
Potrošnikova nakupna pot.
Prodajni lijak.
Iskalni marketing.
SEO (on-site).
Blog kot SEO organski model prihoda.
Kreiranje persone.
Vsebina in kontekst.
E-mail marketing, CRM.
Socialna omrežja (FB, LinkedIn,).
Oglaševanje.
Analitika uspešnosti digitalnih kampanj (Google Analytics, FB,).

Vsebina predmeta se nanaša na domače in tuje prakse obravnavanih strokovnih tematik.

PREDVIDENI ŠTUDIJSKI REZULTATI:

Po uspešno zaključenem predmetu so študenti sposobni:

- razumeti in pravilno ocenjevati vlogo dizajna na spletu in načrtovanje vizualne komunikacije za splet.

- razumeti in razlikovati posamezne poslovne platforme in iz tega določati korake in cilje pri načrtovanju spletnih komunikacijskih dizajnov.

- razumeti in uporabljati internet kot poslovno okolje in je seznanjen s pojmi:
 - Marketing mix
 - Outbound – Inbound
 - Vsebinski marketing
 - Prodajni lijak
 - Nakupna pot kupca / potrošnika
 - SEO (on-site)
 - Blog kot SEO tool
 - Mediji: Lastniški, earned, paid marketing
 - Socialna omrežja

- načrtovanja uporabniške izkušnje na podlagi marketinške strategije.

- samostojno oblikovati spletno stran, uporabniški vmesnik, aplikacijo ipd.

- samostojno oblikovati lastno predstavitevno spletno stran v programu v primernem orodju.

- zbrati, analizirati in ovrednotiti primere tuje in domače dobre prakse.

Navedeni študijski izidi se nanašajo na poznavanje in razumevanje študijskih vsebin tudi v mednarodnem in medkulturnem kontekstu.