

Pomorski fakultet Kotor / MENADŽMENT U POMORSTVU I LOGISTIKA / Digitalni marketing u pomorstvu

| | | | | |
|---|---|-----------------|--------------------------|----------------------------|
| Naziv predmeta: | Digitalni marketing u pomorstvu | | | |
| Šifra predmeta | Status predmeta | Semestar | Broj ECTS kredita | Fond časova (P+V+L) |
| 13827 | Izborni | 3 | 5 | 2+2+0 |
| Studijski programi za koje se organizuje | MENADŽMENT U POMORSTVU I LOGISTIKA | | | |
| Uslovljenost drugim predmetima | Nema uslova za prijavljivanje i slušanje predmeta. | | | |
| Ciljevi izučavanja predmeta | Predmet ima za cilj da pruži studenatima savremena znanja o digitalnom marketingu koji obuhvata prodaju usluga, promociju i oglašavanje pomorskih preduzeća putem novih (digitalnih) medija. | | | |
| Ishodi učenja | - Pokazati kako putem novih medija prikupiti, te analizirati korisničke podatke i iskoristiti ih za marketing strategije u pomorstvu. - Naučiti kako povećati svijest o brendu i ostvariti prodaju stvaranjem i distribucijom visoko vrijednih sadržaja potencijalnim klijentima u pomorstvu. - Shvatiti kako prepoznati pravo ciljno tržište i pozicionirati se na istom putem novih medija. - Razumjeti strategije i alate potrebne za e-trgovinu, efikasnu prodaju i optimiziranje korisničkog iskustva u pomorstvu. - Savladati osnove savremene marketinške komunikacije. - Shvatiti kako uključiti u poslovanje potencijalne lokalne klijente. - Razumjeti osnove mobilnog marketinga i primjenu u pomorstvu. - Naučiti kako optimizirati web stranice pomorskih preduzeća kako bi korisnici lakše pronašli sadržaj. - Saznati kako se oglašavati putem društvenih mreža i stvoriti kvalitetne sadržaje koji će cijeniti korisnici pomorskih usluga. - Identifikovati prave digitalne kanale koji će pomoći da se postignu poslovni ciljevi i rezultati marketinškog oglašavanja i promocije. | | | |
| Ime i prezime nastavnika i saradnika | Doc. dr Senka Šekularac-Ivošević , mr Dragana Milošević | | | |
| Metod nastave i savladanja gradiva | Predavanja, vježbe, konsultacije, studije slučaja. | | | |
| Plan i program rada | | | | |
| Pripreme nedjelje | Priprema i upis semestra | | | |
| I nedjelja, pred. | Uvod u digitalni marketing u pomorstvu. Od tradicionalnog do digitalnog marketinga. | | | |
| I nedjelja, vježbe | | | | |
| II nedjelja, pred. | Pristupanje poslovnim aktivnostima putem interneta. Korištenje digitalnog marketinga za poboljšanje poslovnog učinka pomorskih preduzeća. | | | |
| II nedjelja, vježbe | | | | |
| III nedjelja, pred. | Razumevanje ponašanja korisnika i konkurencije u pomorstvu u okruženju digitalnog marketinga. | | | |
| III nedjelja, vježbe | | | | |
| IV nedjelja, pred. | Ključni elementi web stranice. Marketinška atraktivnost web stranice za prodaju usluga luka i brodarskih kompanija. | | | |
| IV nedjelja, vježbe | | | | |
| V nedjelja, pred. | Uvod u optimizaciju marketing pretraživanja (eng. search engine marketing (SEM)). | | | |
| V nedjelja, vježbe | | | | |
| VI nedjelja, pred. | Marketing u lokalnom okruženju. Upotreba savremenih medija za lokalno oglašavanje malih i srednjih preduzeća pomorske privrede. | | | |
| VI nedjelja, vježbe | | | | |
| VII nedjelja, pred. | Osnove oglašavanje na društvenim medijima i mjerenje uspjeha. Kolokvijum I. | | | |
| VII nedjelja, vježbe | | | | |
| VIII nedjelja, pred. | Razumijevanje mobilnih aplikacija. Uvod u oglašavanje putem mobilnih uređaja za potrebe promocije luka nautičkog turizma. | | | |
| VIII nedjelja, vježbe | | | | |
| IX nedjelja, pred. | Uvod u marketing sadržaja (eng. Content Marketing). Odabir pravog formata za marketing sadržaj pomorskih preduzeća. | | | |
| IX nedjelja, vježbe | | | | |
| X nedjelja, pred. | Pozicioniranje i vidljivost marketing sadržaja na mreži. | | | |

| | | | | | | |
|--|---|---|---|---|---|---------------------------|
| X nedjelja, vježbe | | | | | | |
| XI nedjelja, pred. | Osnove marketinga putem e-pošte. | | | | | |
| XI nedjelja, vježbe | | | | | | |
| XII nedjelja, pred. | Promocija putem video zapisa. | | | | | |
| XII nedjelja, vježbe | | | | | | |
| XIII nedjelja, pred. | Web analitika. | | | | | |
| XIII nedjelja, vježbe | | | | | | |
| XIV nedjelja, pred. | Korištenje e-trgovine za prodaju u pomorstvu. Kolokvijum II. | | | | | |
| XIV nedjelja, vježbe | | | | | | |
| XV nedjelja, pred. | Uvod u međunarodni marketing. Ekspanzija poslovanja u globalnim okvirima. | | | | | |
| XV nedjelja, vježbe | | | | | | |
| Opterećenje studenta | Nedjeljno - 5 kredita x 40/30 = 6 sati i 40 min. Struktura: 2 časa predavanja 2 sata vježbi. U semestru - Nastava i završni ispit: Neophodne pripreme (administracija, upis, ovjera): 2 x 5 sati i 20 min. = 10 sati i 40 minuta. Ukupno opterećenje za predmet : 4 x 30 =120 sati. Dopunski rad: od 0 do 30 sati. Struktura opterećenja: 85 sati i 20 min. (Nastava)+10 sati i 40 min. (priprema) +24 sata (dopunski rad). | | | | | |
| Nedjeljno | U toku semestra | | | | | |
| 5 kredita x 40/30=6 sati i 40 minuta 2 sat(a) teorijskog predavanja 0 sat(a) praktičnog predavanja 2 vježbi 2 sat(a) i 40 minuta samostalnog rada, uključujući i konsultacije | Nastava i završni ispit: 6 sati i 40 minuta x 16 =106 sati i 40 minuta Neophodna priprema prije početka semestra (administracija, upis, ovjera): 6 sati i 40 minuta x 2 =13 sati i 20 minuta Ukupno opterećenje za predmet: 5 x 30=150 sati Dopunski rad za pripremu ispita u popravnom ispitnom roku, uključujući i polaganje popravnog ispita od 0 do 30 sati (preostalo vrijeme od prve dvije stavke do ukupnog opterećenja za predmet) 30 sati i 0 minuta Struktura opterećenja: 106 sati i 40 minuta (nastava), 13 sati i 20 minuta (priprema), 30 sati i 0 minuta (dopunski rad) | | | | | |
| Obaveze studenta u toku nastave | Studenti su obavezni da pohađaju nastavu, urade seminarski rad, dva kolokvijuma i završni ispit. | | | | | |
| Konsultacije | Utorkom, 12:00-14:00h | | | | | |
| Literatura | 1. Kotler, P., Kartajaya, H., Setiawan, I. (2017). Marketing 4.0, Moving from Traditional to Digital. John Wiley & Sons, New Jersey. 2. Kotler, P. Kartajaya, H., Setiawan, I. (2021). Marketing 5.0: Technology for Humanity. John Wiley & Sons, New Jersey. ISBN: 978-1-119-66854-1 | | | | | |
| Oblici provjere znanja i ocjenjivanje | 1. Aktivno prisustvo nastavi do 5 poena; 2. I kolokvijum, od 0 do 20 poena; 3. II kolokvijum, od 0 do 20 poena; 4. Seminarski rad, od 0 do 25 poena; 5. Završni ispit, od 0 do 30 poena; Prelazna ocjena se dobija ako se kumulativno sakupi najmanje 50 poena | | | | | |
| Posebne naznake za predmet | | | | | | |
| Napomena | | | | | | |
| Ocjena: | F | E | D | C | B | A |
| Broj poena | manje od 50 poena | više ili jednako 50 poena i manje od 60 poena | više ili jednako 60 poena i manje od 70 poena | više ili jednako 70 poena i manje od 80 poena | više ili jednako 80 poena i manje od 90 poena | više ili jednako 90 poena |