

Студијски програм/студијски програми : ИНФОРМАЦИОНЕ ТЕХНОЛОГИЈЕ			
Врста и ниво студија: Основне струковне студије			
Назив предмета: МАРКЕТИНГ И ИНТЕРНЕТ МАРКЕТИНГ			
Статус предмета: обавезни			
Број ЕСПБ: 6			
Циљ предмета			
Циљ предмета <i>Маркетинг и Интернет маркетинг</i> је упознавање са поставкама теорије маркетинга, маркетинг менаџментом, маркетиншким истраживањима, маркетинг миксом, Маркетинг Информационим Системом, SWOT анализом, законитостима и стратегијама маркетинга на Интернету..			
Исход предмета			
Студент се оспособљава да примењује све развијенији систем маркетинга у сфери информационих технологија, такође и да усвоји концепте и законитости маркетинга на Интернету			
Садржај предмета			
<i>Теоријска настава</i>			
Теорија маркетинга, Маркетинг као пословна концепција и функција, Маркетинг менаџмент, Макро и микро маркетинг, Маркетинг информациони систем, Планирање маркетинга, Маркетинг микс, Маркетинг нових производа, Маркетиншка истраживања, Of-line и on-line маркетинг, SWOT анализа, Понашање потрошача., Директни маркетинг, Промоција, Оглашавање, Public Relations, Телемаркетинг, Интернет маркетинг, Продаја, Маркетинг и продаја на Интернету, Производи и услуге погодни за продају на Интернету, Принципи градње WEB site-а који продаје, Стратешки Интернет маркетинг, Сајбер маркетинг микс, Демографске карактеристике, профил, категорије и активности корисника на Интернету, Директни маркетинг на Интернету, СЕО, Е-mail маркетинг, Контекстуално оглашавање, Маркетинг на друштвеним мрежама, Остале стратегије и технике Интернет маркетинга, Статистика, Тенденције у Интернет маркетингу, Комуникације и активности после продаје			
<i>Практична настава: Вежбе, Други облици наставе, Студијски истраживачки рад</i>			
Није предвиђено програмом предмета			
Литература			
Основна:			
1. Винка Филиповић, Милица Костић: Маркетинг и менаџмент, ФОН, 2009.			
2. Валентин Кулето, Маркетинг I и II, Приручник,			
3. Владимир Симовић, Маркетинг и Интернет маркетинг, скрипта у електронској форми			
Шира:			
1. Филип Котлер, Вероника Вонг, Џон Сондерс, Гери Амстронг, Принципи маркетинга, МАТЕ, 2007.			
2. Драган Варагић, Водич кроз пакао и рај Интернет маркетинга, Прометеј, 2002.			
Методe извођења наставе			
Аудиторна предавања коришћењем мултимедијалних помагала. Дискусија и студије случаја.			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	поена	Завршни испит	<i>поена</i>
активност у току предавања	10	писмени испит	
практична настава		усмени испит	40
колоквијум-и	50	
семинар-и			