

Табела 5.2. Спецификација предмета

Студијски програм : Дигитални маркетинг
Назив предмета: Вирални маркетинг
Наставник/наставници: доц.др Дражен Марић
Статус предмета: изборни
Број ЕСПБ: 6
Услов: /
<p>Циљ предмета</p> <p>Динамичан развој технологије омогућио је маркетингу нове платформе деловања, утицања и стварања односа са потрошачима. Једно од најкарактеристичнијих подручја примене савремених технолошких открића у маркетингу јесте комуникација са потрошачима на тржишту. Интернет и нове информационо-комуникационе технологије маркетингу обезбеђују бројне нове форме и медије путем којих се информације упућују потрошачима.</p> <p>Циљ предмета ВИРАЛНИ МАРКЕТИНГ је:</p> <ul style="list-style-type: none"> • да се студенти упознају са две форме виралне маркетинг комуникације - оне која је иницирана од стране предузећа и усмерена ка тржишту и потрошачима, и оне која се генерише између потрошачима и другим тржишним субјектима независно од самог предузећа, • да се у потпуности представити и објаснити суштина и значај виралног маркетинга у теорији и пракси, • да се прикаже као и садржај виралних маркетинг кампања, захтеви које вирална порука мора испунити, и да се презентује избор медија према циљном тржишном сегменту. <p>Реализацијом предмета студенти стичу знање и потребне вештине да на обе форме Виралног маркетинга активно утичу.</p>
<p>Исход предмета</p> <p>Студенти модула Дигитални Маркетинг на предмету Вирални Маркетинг упознавају се са суштинским технолошким променама које су последирале у измењеним обрасцима понашања потрошача, посматрано пре свега у економско-егзистенцијалној и социолошко-културолошкој димензији.</p> <p>Рapidним развојем науке и, нарочито, информационо-комуникационе технологије предузећа добијају сасвим нове и унапређене алате за комуникацију и развијање односа са својим stakeholderima, у смислу да се информација упућује и шири брзином која подсећа на ширење вируса, што студентима даје једну сасвим нову парадигму размишљања и решавања пословних проблема.</p> <p>Специфична знања и вештине неопходне за успостављање, одржавање и унапређивање маркетинг односа са другим субјектима на тржишту, кроз електронску интерперсоналну поруку и комуникацију, студенти стичу изучавањем предмета Вирални маркетинг.</p> <p>Савладавањем теоријске и практичне основе овог предмета студенти постају оспособљени за конкретне активности планирања, организовања, реализације и контроле кампање Виралног маркетинга, кроз детаљну анализу и активирање генератора електронске интерперсоналне комуникације, чиме предузећима обезбеђују веома учинковит а трошковно ефикасан инструмент за реализацију њихових циљева пословања.</p> <p>Студентима се, такође, указује и на опасности које примена виралног маркетинга подразумева јер виртуално окружење сваки пропуст у пословању предузећа чини јавним и саопштеним.</p> <p>Стечена теоријска и апликативна знања оспособљавају студенте за самостално дизајнирање виралне поруке, селекцију и избор виралних медија, кадрирање и ширење маркетинг информација по принципу вируса, како би иста исходвала у жељеним ефектима - позитивној одлуци о куповини и позитивној даљој електронској интерперсоналној куповини.</p>
<p>Садржај предмета</p> <p><i>Теоријски део:</i></p> <p>Технолошки прогрес и актуелно дигитално окружење као пословни и друштвени амбијент;</p> <p>Савремени обрасци и промене у понашању потрошача;</p> <p>Маркетинг односи учесника на тржишту;</p> <p>Интерперсонална електронска комуникација као дигитална форма потрошачких односа;</p>

Садржај и реализација виралне маркетинг кампање;
Ефекти виралног маркетинга на понашање потрошача и одлуку о куповини.

Практична настава

Креирање и реализација виралних маркетинг кампања;
Анализа најуспешнијих кампања виралног маркетинга у свету и у Р.Србији; кроз тимски и појединачни рад студента.

Литература

- Хубијар Алвид, "МАРКЕТИНГ ОД УСТА ДО УСТА", Универзитет у Сарајеву, School of Science and Technology, 2011.
- Ковач Жнидершић Ружица, Марић Дражен, "ДРУШТВЕНЕ ДЕТЕРМИНАНТЕ ПОНАШАЊА ПОТРОШАЧА", Економски факултет у Суботици, 2007.

Број часова активне наставе	Теоријска настава: 2 часа недељно / 30 укупно у семестру	Практична настава: 2 часа недељно / 30 укупно у семестру
------------------------------------	--	--

Методe извођења наставе

Предавања, вежбе, консултације, дискусије, практична решења на бројним примерима која су садржајно везана за основна поглавља у књизи.

Оцена знања (максимални број поена 100)

Предиспитне обавезе	поена	Завршни испит	поена
активност у току предавања	5	писмени испит	
практична настава		усмени испт	30
колоквијум-и (2)	50 (2*25)	
пројектни задатак	15		

Начин провере знања могу бити различити наведено у табели су само неке опције: (писмени испити, усмени испт, презентација пројекта, семинари итд.....

*максимална дужна 2 странице А4 формата