

## UČNI NAČRT PREDMETA / COURSE SYLLABUS

<b>Predmet:</b>	Digitalni marketing
<b>Course title:</b>	Digital Marketing

Izobraževalni program in stopnja Educational programme and level	Študijska smer Study field	Semester Semester
<b>Neformalno izobraževanje:</b> FUDŠ AKADEMIJA: Mediji in novinarstvo v praksi / <b>Non-formal education:</b> SASS ACADEMY: Media and Journalism in Practice	Media and Journalism	Drugi / Second
<i>Nivo: visokošolski strokovni študijski program (VS) / Level: higher professional study programme (BA)</i>		

**Vrsta predmeta / Coursetype** obvezni / obligatory

**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:** pred. Peter Podhostnik / Lect. Peter Podhostnik

**Jeziki / Languages:**

<b>Predavanja / Lectures:</b>	slovenščina, angleščina / Slovene, English
<b>Vaje / Tutorial:</b>	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

**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

- Vpliv digitalnega marketinga na vedenje potrošnika
- Spletna stran, kot osnoven medij za komunikacijo z potrošnikom.
- Opredelitev kanalov digitalnega marketinga
- Upravljanje digitalnih kampanij
- Strategije digitalnih kampanij
- Analiza in primerjava spletnih omrežij

- Impact of digital marketing to consumer behaviour
- Web page, basic tool for communication with consumer
- Definition of digital marketing channels
- Managing of digital campaigns
- Strategies of digital campaigns
- Analysis and comparison of digital networks

### Temeljni literatura in viri / Readings:

Chaffey, Dave and Fiona Ellis-Chadwick. 2022. *Digital Marketing*, 8th edition. Pearson.

Marguc, Karmen. 2020. *Integracija strategij digitalnega trženja v organizacijo*. Ljubljana: Katoliški inštitut, Fakulteta za pravo in poslovne vede.

Gradivo, obravnavano na predavanjih in vajah. / Materials discussed during lectures and tutorials.

### 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)



<b>Načini ocenjevanja/Assessment</b>	<b>Delež (v %) / Weight (in %)</b>	
<p>Način:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pisni/ustni izpit</li> </ul> <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"> <li>• Written/oral exam</li> </ul> <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.

-----

Director of sales and web agency at Creatoor d.o.o.

Director of sales at the web agency Interactive d.o.o.

Head of the German digital advertising system Plista for Slovenia and Croatia.

Assistant Marketing Director Media24.