

## UČNI NAČRT PREDMETA / COURSE SYLLABUS

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

Študijski program in stopnja Study programme and level	Študijska smer Study field	Letnik Academic year	Semester Semester
Mediji in novinarstvo / Media and Journalism	Program nima smeri / Program has a single course	drugi, tretji / second, third	drugi / second
Visokošolski strokovni / B.A.			

**Vrsta predmeta / Course type** izbirni / elective

**Univerzitetna koda predmeta / University course code:** DM / DM

Predavanja / Lectures	Seminar / Seminar	Vaje / Tutorial	Klinične vaje / Practical exercises	Druge oblike študija / Other forms of study	Samost. delo / Individ. work	ECTS
20		40			120	6

**Nosilec predmeta / Lecturer:** višji pred. mag. Peter Podhostnik / Senior lect. Peter Podhostnik, M.Sc.

**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 opraviti obveznost vaj.

**Prerequisites:**

The student must successfully submit seminar (tutorial) assignment before entering the exam.

**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.
- Vpliv digitalnega marketinga na vedenje potrošnika.

**Content (Syllabus outline):**

- The beginning of the 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
- Impact of digital marketing to consumer behaviour
- Web page, basic tool for

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

- communication with consumer
- Definition of digital marketing channels
- Digital campaigns managing
- Digital campaigns strategies
- Analysis and comparison of digital networks

### Temeljni literatura in viri / Readings:

Seth, Nitin. 2024. *Mastering the Data Paradox: Key to Winning in the AI Age*. Penguin.

Corsalini, Stephanie. 2024. *Digital Marketing Demystified: Unleash Your Brands Power Skyrocket your Reach and Boost Profits*. Midnight Sun Books.

Hill, Robert. 2023. *Mastering New Trends & Strategies for Online Success*. Independently Published.

McDonald, Jason. 2023. *Social Media Marketing Workbook: How to Use Social Media for Business (2024 Marketing-Social Media, SEO, & Online ADS Books)*. Independently published.

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

### 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

### 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
- Development of communication skills in the domestic and international environment
- 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,

reševanja teoretičnih, empiričnih ali praktičnih problemov;

- sposobnost uporabe informacijsko-komunikacijske tehnologije in sistemov na področju medijev in medijske produkcije;
- plodno komuniciranje z različnimi deležniki na področju medijev.

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

#### **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 kompanij in prilagajanje učinkom tekom spletne kompanije;
- 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 of:

- 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 to make a 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);
- samostojen študij (motiviranje, usmerjanje, samoopazovanje, samo uravnavanje, refleksija,

#### **Learning and teaching methods:**

- Lectures with active participation of students (explanation, discussion, questions, examples, problem solving)
- Seminar exercises (reflexion on experiences, project work, team work, methods of critical thinking, discussion, feedback, social games)
- Use of online classroom or other contemporary ICT tools
- Individual and group consultation (discussion, additional explanation, addressing specific questions)
- Individual work (motivation, focus, self-observation, reflection, self-evaluation)

samoocenjevanje).

**Načini ocenjevanja:**

**Assessment:**

Načini:	Delež (v %) / Weight (in %)	Types:
<ul style="list-style-type: none"><li>Pisni/ustni izpit</li></ul> Ocenjevalna lestvica – skladno s Pravilnikom o preverjanju in ocenjevanju znanja.	100%	<ul style="list-style-type: none"><li>Written/oral exam</li></ul> Grading scale – in accordance with the Faculty's Rules on Assessment and Evaluation of Knowledge.

**Reference nosilca / Lecturer's references:**

PODHOSTNIK, Peter. Blagovna znamka delodajalca skozi oči managerjev. *Posloved*. 2023, let. 1, št. 3. [www.posloved.si](http://www.posloved.si)

PODHOSTNIK, Peter. Učinkovitost klasičnega poslovnega komuniciranja managerjev, nasproti komuniciranju preko tehnoloških platform. *Posloved*. 2022, let. 1, št. 1, [www.posloved.si](http://www.posloved.si)

PODHOSTNIK, Peter. Cho »Chief happiness officer«, stična točka med odnosi z javnostmi in kadrovsko funkcijo v podjetju. *Posloved*. 2022, let. 1, št. 2. [www.posloved.si](http://www.posloved.si)

PODHOSTNIK, Peter. *Odnosi z javnostmi, kadrovanje in managerji: Nasveti za učinkovito vodenje organizacij*. Ljubljana: Vega, 2023.

Izvajanje digitalne preobrazbe dela podjetja MEDIA24: Postavitev osrednjega revijalnega spletnega mesta: ODKRITO.SI, prenova in repositioniranje REVIJAZARJA.SI, ter razvoj ostalih revijalnih portalov... / Implementing digital transformation for part of MEDIA24: Establishing the central magazine website ODKRITO.SI, redesigning and repositioning REVIJAZARJA.SI, and developing additional magazine portals.

Vodenje večkanalnih digitalnih akcij za največje naročnike v Sloveniji, v sklopu marketinške agencije Creator. Povečanje prodaje pri večkanalnih akcijah za več kot 100%. / Leading multi-channel digital campaigns for major clients in Slovenia as part of the marketing agency Creator. Achieved over 100% sales growth in multi-channel campaigns.

Svetovanje različnim bankam na področju uvajanja novih produktov (digitalne aplikacije, novi bančni produkti)... / Consulting for various banks on introducing new products (digital applications, new banking products).

Vodenje projektov digitalizacije prodajnega mesta Petrol d. d. / Project management for the digitalization of Petrol d.d. sales points.

Vodenje zamenjave plačilnih instrumentov (payment gateway) v mobilnih aplikacijah Petrol d.d. (NaPoti, OneCharge...) / Managing the integration of new payment gateways in Petrol d.d. mobile applications (NaPoti, OneCharge).

Svetovanje upravi pri vzpostavitvi digitalnega oglaševalskega sistema in drugih strateških projektih Petrol d.d. / Advising the management on establishing a digital advertising system and other strategic projects for Petrol d.d.

Direktor prodaje in razvoja v digitalni marketinški agenciji Interactive Agency, del avstrijske medijske skupine Styria media. / Sales and Development Director at the digital marketing agency Interactive Agency, part of the Austrian media group Styria Media.

Vodenje sodelavcev, ki skrbijo za ključne kupce in razvoj digitalnih strategij oglaševanja za BTB in BTC področja v Sloveniji in na Hrvaškem, Interactive Agency. / Managing a team responsible for key account management and developing digital advertising strategies for B2B and B2C sectors in Slovenia and Croatia, Interactive Agency.

Vodenje implementacije digitalnega oglasnega sistema Plista (Plista GmbH-Nemško podjetje), na vodilne digitalne medije v Sloveniji, tako na klasična spletna mesta, kot na mobilna spletna mesta. / Leading the implementation of the Plista digital advertising system (Plista GmbH, a German company) on major digital media in Slovenia, including both traditional and mobile websites.