

DIGITALNI MARKETING

NOSILEC: Doc. mag. Gorazd Krnc

ECTS: 4 (20 ur predavanj; 20 ur vaj; 60 ur samostojnega dela)

VSEBINA:

INTERNET

Internet kot okolje, v katerem živimo.
Družbeni, tehnični in poslovni vidik.
Mesto dizajna in pomen.

POSLOVNI VIDIKI

Digitalni marketing in mesto v marketing mixu
Poslovni modeli internet podjetij / poslovno okolje
Spletni mediji: Lastniški, pridelani, plačani, najeti,
Share Economy, crowdsourcing, platforme

MARKETING

Vedenje potrošnikov pod vplivom interneta in socialnih medijev
Vsebinski in Inbound marketing
Potrošnikova nakupna pot
Prodajni lijak
Iskalni marketing
SEO (on-site)
Blog kot SEO organski model prihoda
Kreiranje persone
Vsebina in kontekst
E-mail marketing, CRM
Socialna omrežja (FB, LinkedIn,)
Oglaševanje
Analitika uspešnosti digitalnih kampanj
(Google Analytics, FB,)

PREDVIDENI ŠTUDIJSKI REZULTATI:

Razumevanje in pravilno ocenjevanje vloge dizajna na spletu in načrtovanje vizualne komunikacije za splet.

Razumevanje in razlikovanje posameznih poslovnih platform in iz tega določati korake in cilje pri načrtovanju spletnih komunikacijskih dizajnov.

Razumetje in uporaba interneta kot poslovno okolje in je seznanjen s pojmi: Marketing mix, Outbound – Inbound, Vsebinski marketing, Prodajni lijak, Nakupna pot kupca / potrošnika, SEO (on-site), Blog kot SEO tool, Mediji: Lastniški, earned, paid marketing, Socialna omrežja.

Načrtuje uporabniške izkušnje na podlagi marketinške strategije .

Samostojno oblikuje spletno stran, uporabniški vmesnik, aplikacijo ipd.

Samostojno oblikuje lastno predstavitevno spletno stran v programu v primernem orodju.