

Студијски програм : МАС Менаџмент у туризму			
Назив предмета: Дигитални маркетинг и дурштвени медији у индустрији догађаја			
Наставник/наставници: Угљеша В. Станков и Ђорђе А. Васиљевић			
Статус предмета: изборни (Модул: Менаџмент догађаја у туризму)			
Број ЕСПБ: 6			
Услов: нема			
Циљ предмета			
Циљ предмета је да студентима пружи теоријска и практична знања о стратегијама дигиталног маркетинга и употреби друштвених медија у планирању, промоцији и организацији догађаја. Студенти ће стећи увид у актуелне трендове, алате и технике које омогућавају ефикасно управљање дигиталним кампањама и ангажовање публике у контексту догађаја.			
Исход предмета			
По завршетку курса, студенти ће моћи да: разумеју основне концепте и стратегије дигиталног маркетинга у индустрији догађаја; примене друштвене медије у промоцији и организацији догађаја; користе алате за анализу и мерење успеха дигиталних кампања; креирају дигиталне маркетиншке стратегије прилагођене различитим типовима догађаја; развију иновативне приступе у коришћењу технологије за ангажовање публике.			
Садржај предмета			
Теоријска настава			
Основни концепти дигиталног маркетинга у индустрији догађаја; Стратегије дигиталног маркетинга и њихова примена у организацији догађаја; Друштвени медији и ангажовање публике; Персонализација и циљано оглашавање у промоцији догађаја; Креирање садржаја за дигиталне платформе; Видео маркетинг и „live streaming“ догађаја; Методе анализе података и евалуација успеха кампања; Трендови и иновације у дигиталном маркетингу за догађаје; Виртуелни и хибридни догађаји: дигиталне стратегије и ангажовање учесника; Будућност дигиталног маркетинга у индустрији догађаја.			
Практична настава			
Креирање и имплементација дигиталне маркетиншке кампање; употреба друштвених медија у промоцији догађаја; писање и оптимизација садржаја за дигиталне платформе; анализа и интерпретација података из дигиталних кампања; креирање видео садржаја за промоцију догађаја; увођење стратегије „live streaming“; рад са алатима за праћење и анализу ангажовања публике; дизајнирање кампања за виртуелне и хибридне догађаје; израда завршног пројекта: дигитална стратегија за конкретан догађај.			
Литература			
Основна:			
● Hassan, A. (2022). <i>Digital transformation and innovation in tourism events</i> . Routledge. London, UK			
● Brown, T., & Drakeley, C. (2023). <i>Virtual events management: Theory and methods for event management and tourism</i> . Goodfellow Publishers. Oxford, UK.			
● Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). <i>Marketing 5.0: Technology for humanity</i> . Wiley. Hoboken, NJ, USA.			
Додатна:			
● Filimonau, V., Ashton, M., & Stankov, U. (2024). Virtual spaces as the future of consumption in tourism, hospitality and events. <i>Journal of Tourism Futures</i> , 10(1), 110-115.			
Број часова активне наставе 3	Теоријска настава:2	Практична настава:1	
Методе извођења наставе			
Метода усменог излагања; Илустративно-демонстративна метода (рад на начунару); Практична настава			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	поена	Завршни испит	поена
активност у току предавања	5	писмени испит	30-45
практична настава	5	усмени испт	-

колоквијум-и	40		
семинар-и	5		