

Струка (назив):	ЕКОНОМИЈА, ПРАВО И ТРГОВИНА	
Занимање (назив):	ПОСЛОВНО-ИНФОРМАТИЧКИ ТЕХНИЧАР	
Предмет (назив):	Дигитални маркетинг	
Опис (предмета):	Стручно-теоријски предмет	
Модул (наслов):	Инструменти маркетинг микса; Пословни наступ на интернету-дигитални маркетинг	
Датум:јули 2021.	Шифра:	Редни број: 02
Сврха		
Сврха наставе овог модула је усвајање знања о свим активностима које промовишу производе и услуге кроз дигиталне канале као што су web страница, e-mail, друштвене мреже		
Специјални захтјеви / Предуслови		
Усвојене знања и вјештине из наставног предмета Информатика и знања о маркетингу.		
Циљеви		
<ul style="list-style-type: none"> • Разумјети значај процеса комуницирања са тржиштем • Стицање знања о предностима и значају пословног наступа на интернету. • Уочавање разлике између старих и нових правила маркетинга. • Препознаје друштвене мреже као савремени начин комуникације али и актуелан простор маркетиншких пословних стратегија 		

Теме				
1. Дистрибуција као инструмент маркетинг микса 2. Промоција 3. Канали дигиталног маркетинга 4. Web странице и оптимизација				
Тема	Исходи учења			Смјернице за наставнике
	Знања	Вјештине	Личне компетенције	
	Ученик је способан да:			
1 Тема	Ученик: <ul style="list-style-type: none">Дефинише канале продаје (дистрибуцију) као инструмент маркетинг микса,Објасни улогу и значај	<ul style="list-style-type: none">Уочава разлику између традиционалних и савремених канала продаје;Користећи интернет анализира	<ul style="list-style-type: none">Има јасну представу о значају маркетинга и медија које маркетинг користи од којих су дигитални	Настава се изводи у кабинету за информатику. Средства за наставу: <ul style="list-style-type: none">уџбеник,стручни часописи,интернетпримјери из праксе.

	<p>канала продаје у маркетингу,</p> <ul style="list-style-type: none"> • Разликује основне врсте канала продаје за потрошна и производна добра, • Разликује основне факторе од којих зависи избор канала продаје и њихове локације, • Разликује директне и индиректне канале продаје, 	<p>сличне производе, њихове дигиталне комуникацијске канале;</p> <ul style="list-style-type: none"> • Уочава предности, недостатке савремених канала продаје; • Провјерава информације о конкурентским производима. • Препознаје предности web трговине; 	<p>медији по својим техничко-технолошким, економским, социјалним, психолошким другим импликацијама у савременим условима доминантни у односу на „старе“ медије.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Развија тимски рад и одговорности; • Развија способности 	<p>Ради прецизности требало би у почетку дати назнаку да је синтагма дигитални маркетинг колоквијалног, тј. жаргонског карактера и да као таква има тежњу да одрази атрактивност (савременост) или тренутну прихватљивост, а не грану науке или научне дисциплине.</p> <p>Препоручене методе рада:</p> <ul style="list-style-type: none"> • монолошко-
--	--	---	---	---

	<ul style="list-style-type: none"> • Објашњава значај маркетинг посредника, • Разликује трговину, агента и брокера, • Описује различите интензитете продаје, • Објашњава појам и значај физичке дистрибуције у маркетингу • Наведе канале продаје дигиталног маркетинга web shop-web 		<p>самосталног рада;</p> <ul style="list-style-type: none"> •Развија способности за креативност и комуникативност •Развија радну етику; •Развија отвореност у примјени нових технологија; •Развија способности организовања и сарадње у групи; •Развијање сопствених ставова; •Стиче потребе за цјеложивотно учење и надоградњу 	<p>дијалошка,</p> <ul style="list-style-type: none"> • демонстрације, • текст метода • комбинована <p>Користити активне наставне методе: рад у пару, рад у групи</p> <p>Анализирати примјере из праксе,</p> <p>Потребно је:</p> <ul style="list-style-type: none"> • користити интернет, пројектор, анализирати примјере препознатљивих брендова
--	---	--	---	--

	трговина		знања.	<ul style="list-style-type: none"> анализирати примјере из праксе
Тема 2	<ul style="list-style-type: none"> Објашњава процес комуницирања са тржиштем и његовим основним елементима; Дефинише појам и улогу промоције у маркетингу; Описује основне врсте инструмената маркетиншких комуникација; Описује концепт 	<ul style="list-style-type: none"> Разумије елементе процеса комуницирања; Разликује директну и масовну комуникацију; Разликује основне активности сваког облика промоције; Препознаје предности и недостатке личне продаје; Препознаје 		<p>Препоручене методе рада:</p> <ul style="list-style-type: none"> монологско-дијалогска, демонстрације, текст метода комбинована <p>Користити активне наставне методе: рад у пару, рад у групи</p>

	<p>интегрисаних маркетиншких комуникација,</p> <ul style="list-style-type: none"> • Објасни савремени начин промоције 	<p>активности унапређења продаје;</p> <ul style="list-style-type: none"> • Разликује основне облике унапређења продаје; • Препознаје примјере унапређења продаје бреднова чији су потрошачи и сами ученици; • Уочава примјере директног маркетинга из властитог искуства 		
Тема 3	<ul style="list-style-type: none"> • Препозна и разумије концепт 	<ul style="list-style-type: none"> • Уочава популарност и 		Ученици у пару/групи припремају реферат

	<p>савремених маркетиншких канала:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Banneri • Оглашавање путем e-maila • Google adwords • Друштвене мреже • Маркетинг садржаја-content marketing • Мјерење успјешности маркетинг садржаја 	<p>распрострањеност друштвених мрежа,</p> <ul style="list-style-type: none"> • Препознаје могућности које друштвене мреже пружају у домену маркетинга, • Разумије само функционисање, значај и актуелност рекламирања на друштвеној мрежи напр. Facebook • Разумије предности рекламирања на друштвеним мрежама Инстаграм, You 	<p>(презентацију) у којој из угла маркетинга детаљно анализирају и објашњавају један од савремених маркетиншких канала/једну друштвену мрежу.</p> <p>Ученици у пару/групи креирају налог тј.страницу на некој друштвеној мрежи у сврху промоције свог производа, користе неку од доступних апликација за обраду слика, самостално пишу садржај са циљем да страница</p>
--	---	---	---

		tube...		визуелно али и садржајем остави утисак код потенцијалних купаца.
Тема 4	<ul style="list-style-type: none"> • Наведе изглед web страница, • Опише структуру и садржај web странице, • Наведе кључне елементе за развој web странице • Опише SEO-оптимизација • Опише значај блога у дигиталном маркетингу 	<ul style="list-style-type: none"> • Креира WEB страницу помоћу неке од платформи за израду Word Press, Bookmark...; • Утврди значај WEB странице и неизоставност у промоцији сваког предузећа, али и улогу у продаји 		Користити активне наставне методе: рад у пару, рад у групи

--	--	--	--	--

Интеграција

Садржај овог модула је повезан са другим економским предметима (књиговодство, економија).

Извори

Уџбеник одобрен од стране Министарства просвјете и културе Републике Српске;
Друга стручна и теоријска литература
Интернет.

Оцјењивање

Оцјењивање ученика се врши у складу са Законом о средњем образовању и васпитању и Правилником о оцјењивању ученика у настави и организацији испита у средњој школи. О техникама и начинима оцјењивање ученике треба упознати прије почетка изучавања модула.