

## **MNG ProCert**

# **STANDARD KVALIFIKACIJE I KATALOG PROVERE SPECIJALISTA ZA DIGITALNI MARKETING**

*Specialist for Digital marketing*

# 1. NAZIV KVALIFIKACIJE

Specijalista za digitalni marketing / Specialist for digital marketing

## 2. Nivo zahtevnosti

VI, VII

## 3. Uslovi koje mora ispunjavati osoba, koja želi steći kvalifikaciju

U program osposobljavanja i u proveru kompetentnosti se mogu uključiti kandidati koji zadovoljavaju sledeće uslove:

- Najmanje visoka škola strukovnih studija

## 4. Načini provere znanja i veština

### 4.1. Potvrđivanje

U procesu savetovanja kandidat lično priprema zbirni folder (portfolio), koji Komisija procenjuje i ocenjuje sadržaj ispitnog kataloga delimično ili u celosti.

Ako komisija ne može da prepozna sadržaj ispitnog kataloga u prikupljenom portfoliju, kandidat mora da ide putem verifikacije kompetencija.

### 4.2. Sertifikacija

Ispit se sprovodi pred ispitnim odborom u skladu sa opštim programom rada i sa Pravilnikom.

#### 4.2.1. Načini sertifikacije

Pismeni test i procena uspešnosti urađenih radnih zadataka tokom obuke.

#### 4.2.2. Kriterijumi sertifikacije

Kriterijumi uzeti u obzir prilikom provere:

- Rezultati pismenog testa (više od 75% od 100 bodova)
- Urađeno 75% od ukupnog portfoli-a radnih zadataka

#### 4.2.3. Kriterijumi ocenjivanja:

Područje	Učešće %
Test pismeni	75
Portfolio radnih zadataka	25

## 5. Materijalni uslovi za verifikaciju i sertifikaciju kvalifikacija

### 5.1 Materijalni uslovi

- Učionica i AV oprema (računar, projektor)

### 5.2 Osoblje- uslovi

Komisija će se sastojati od tri člana koji će biti pravilno obučeni za proveru i potvrdu kompetencija i koji ispunjavaju sledeće kvalifikacije ili obrazovanje:

- Univerzitetsko obrazovanje i minimalno deset godina radnog iskustva u digitalnom marketingu

## 6. Standard kvalifikacije

### 6.1. Standard znanja i veština i kriterijumi procene kvalifikacije (PN – praktična nastava T – teorijska nastava)

#### Modul I: Uvod u marketing i digitalni marketing

SADRŽAJI MODULA	ISHODI MODULA Po završetku modula polaznik će biti u stanju da:	Broj sati		
		T	PN	Ukupno
<ul style="list-style-type: none"> <li>Marketing koncept i osnovni pojmovi</li> </ul>	Uvidi specifičnu važnost marketinga kao pristupa poslovanju i prepozna one segmente koje može primeniti u svom biznisu.	1		1
<ul style="list-style-type: none"> <li>Modeli: 4p, 7p, 4c</li> </ul>	Prepozna osnovne elemente u marketing modelu i primeni ih u skladu sa specifičnostima svog poslovanja.	2		2
<ul style="list-style-type: none"> <li>Od marketinga do digitalnog marketinga</li> </ul>	Spozna važnost marketing principa kao šire slike u odnosu na specifičnosti digitalnog okruženja kao samo jednog od njegovih aspekata.	1		1

#### Modul II: Branding koncepti

SADRŽAJI MODULA	ISHODI MODULA Po završetku modula polaznik će biti u stanju da:	Broj sati		
		T	PN	Ukupno
<ul style="list-style-type: none"> <li>Definisanje brenda i razlika brenda i proizvoda</li> </ul>	-Razume koncept brenda i prepozna razliku između proizvoda i brenda	1		1
<ul style="list-style-type: none"> <li>Tačka pariteta i tačka diferencijacije USP (Unique selling proposition)</li> </ul>	-Identifikuje svoje konkurentske prednosti	1		1
<ul style="list-style-type: none"> <li>Ciljna grupa               <ul style="list-style-type: none"> <li>- profilisanje ciljne grupe</li> <li>- kvantitativne i kvalitativne dimenzije</li> <li>- generacijske karakteristike</li> <li>- istraživanja potreba i navika</li> </ul> </li> </ul>	-Identifikuje svoju ciljnu grupu, prepozna njene specifične potrebe i svoj brend stavi u funkciju zadovoljavanja istih	2		2

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Identitet brenda</li> <li>- osnovni elementi identiteta</li> <li>- etika i estetika</li> <li>- vrednosti, filozofija</li> <li>- vizuelni identitet</li> <li>- brend standardi</li> </ul>	-Kreira svoj brend kao vizuelno ujednačen i prepoznatljiv	2		2
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Brend ekstenzije</li> <li>- pravci i smerovi rastezanja brenda</li> <li>- brend ekstenzija ili novi brend</li> <li>- brend arhitektura</li> </ul>	-Prepozna potencijale svog brenda za dalji razvoj i planira proširenje svoje ponude	2		2
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Strateško pozicioniranje brendova</li> </ul>	-Uspešno pozicionira svoj brend na tržištu	2		2
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Principi komunikacije brenda</li> <li>- koncept integrisane komunikacije</li> <li>- principi komunikacije</li> <li>- kreiranje ključnih poruka</li> </ul>	-Razvije usklađenu i prepoznatljivu komunikaciju svog brenda	2		2

#### Modul III: Website kao sredstvo u marketingu

SADRŽAJI MODULA	ISHODI MODULA Po završetku modula polaznik će biti u stanju da:	Broj sati		
		T	PN	Ukupno
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Utvrđivanje potrebe i namene web sajta</li> <li>• Izbor vrste i tehnologije izrade web sajta</li> <li>• Domen i hosting</li> <li>• Tipovi web sajtova</li> <li>• CMS</li> <li>• Upotrebljivost web sajta na mobilnim telefonima i tablet uređajima (responsive web dizajn)</li> <li>• Obavezni koraci nakon izrade web sajta</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Prepozna potrebe i utvrdi namene web sajta</li> <li>-Izbere vrstu web sajta kao i tehnologiju izrade</li> <li>-Odabere domen, utvrdi mogućnost njegove dostupnosti i kupovine</li> <li>-Odabere vrstu hostinga i veličinu hosting paketa na osnovu tehnologije izrade web sajta</li> <li>-Odabere tip web sajta koji odgovara definisanim potrebama i nameni</li> <li>-Odluči da li je potreban CMS sistem i ako je potreban koji bi bio najoptimalniji</li> <li>-Objasni šta je responsive web dizajn i prepozna dobru praksu u funkcionisanju sajta na mobilnim i teblet uređajima</li> <li>-Definiše dalje korake nakon izrade web sajta (analiza, SEO optimizacija, digitalni marketing.....)</li> </ul>	6	2	8

Modul IV: SEO (Search Engine Optimization)

SADRŽAJI MODULA	ISHODI MODULA Po završetku modula polaznik će biti u stanju da:	Broj sati		
		T	PN	Ukupno
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Šta je SEO</li> <li>• Vrste SEO</li> <li>• Tehnički SEO</li> <li>• Onsite SEO</li> <li>• Offsite SEO</li> <li>• SEO alati</li> </ul>	-Objasni šta je SEO -Definiše vrste SEO -Prepozna i analizira tehnički SEO, planira i sprovodi njegovo unapređenje -Prepozna i analizira Onsite SEO, planira i sprovodi njegovo unapređenje -Planira i sprovodi Offsite SEO Odabira i rukuje SEO alatima i kreira SEO analizu	4	2	6

Modul V: E-commerce

SADRŽAJI MODULA	ISHODI MODULA Po završetku modula polaznik će biti u stanju da:	Broj sati		
		T	PN	Ukupno
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Šta je E-commerce</li> <li>• Modeli E-commerce</li> <li>• Vrste E-commerce platformi i bitne razlike</li> <li>• UI/UX E-commerce</li> <li>• Vrste i mogućnosti plaćanja robe i usluge u Srbiji</li> <li>• Problemi i zamke u praksi na koje mogu naići vlasnici E-commerce-a</li> </ul>	-Objasni šta je E-commerce -Definiše prednosti internet trgovine u odnosu na klasičnu trgovinu -Prepoznaje i definiše E-commerce modele -Definiše najpopularnije vrste E-commerce platformi i objasni njihove razlike -Prepoznaje dobar UI/UX -Prepozna i planira funkcionalno rešenje E-commercea za mobilnu i tablet verziju web shopa -Definiše moguće vrste plaćanja roba i usluga u Srbiji putem E-commerce-a i spozna njihove prednosti i mane -Prepozna probleme i zamke u praksi sa kojima se susreću vlasnici E-commerce-a u Srbiji i proceni njihov uticaj na posao	2	0	2

Modul VI: Google Ads

SADRŽAJI MODULA	ISHODI MODULA Po završetku modula polaznik će biti u stanju da:	Broj sati		
		T	PN	Ukupno
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Šta je Google Ads i osnovni kocepti</li> <li>• Prednosti oglašavanja na pretraživaču</li> <li>• Struktura Google Ads naloga</li> <li>• Istraživanje ključnih reči</li> <li>• Pisanje oglasa</li> <li>• Upravljanje budžetom</li> <li>• Merenje uspeha kampanje</li> <li>• Struktura i vrste kampanja na mreži multimedijalnog oglašavanja (MMO)</li> <li>• Mogućnosti ciljanja na MMO</li> </ul>	<p>-Videće kako izgleda platforma i proći će kroz proces kreiranja Google Ads naloga.</p> <p>-Razume princip organizovanja naloga za oglašavanje</p> <p>-Odabere ključne reči za početak oglašavanja i upozna se sa opcijama podudaranja ključnih reči</p> <p>-Razume format oglasa i način pisanja istih</p> <p>-Kreira jednostavnu oglasnu kampanju</p> <p>-Shvatiće na koji način se obračunavaju troškovi i kako se kontrolišu</p> <p>-Razume kako se rangiraju oglasi i od čega zavisi cena klika</p> <p>-Razlikuje oglase na mreži multimedijalnog oglašavanja i upozna oglase na YouTube platformi</p>	6	2	8

Modul VII: Google Analytics (Digitalna analitika)

SADRŽAJI MODULA	ISHODI MODULA Po završetku modula polaznik će biti u stanju da:	Broj sati		
		T	PN	Ukupno
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Šta je GA i kako radi</li> <li>• Zašto koristiti GA</li> <li>• Kako postaviti GA na sajt</li> <li>• Google Analytics metrike i segmentacija korisnika</li> <li>• Postavljanje ciljeva u GA i njihovo merenje</li> </ul>	<p>Razume važnost GA u online poslovanju</p> <p>Sazna postupak postavljanja GA koda na sajt</p> <p>Naučiće kako da vidi koliko je koja strana sajta posećena, kako da vidi demografiju, lokaciju i interesovanja posetilaca,</p> <p>Saznaće kako da prati izvore poseta sajtu</p> <p>Grupiše posetioce po nekom kriterijumu</p> <p>Razumeće na koji način da prati određene radnje na sajtu (broj obavljenih kupovina, prijava na</p>	2	1	3

	newsletter, preuzimanja dokumenta sa sajta). Shvatiće mogućnost praćenja korisnika online prodavnice			
--	--	--	--	--

#### Modul VIII: Osnove Email marketinga

SADRŽAJI MODULA	ISHODI MODULA Po završetku modula polaznik će biti u stanju da:	Broj sati		
		T	PN	Ukupno
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ključni koncepti</li> <li>• Email strategija i sakupljanje podataka (baze) pomoću onlajn servisa</li> <li>• Dizajn email-a</li> <li>• Isporuka email kampanja s osvrtom na automatizaciju</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Razume svrhu i vrste email-ova</li> <li>-Sazna namenu email listi</li> <li>-Uoči ključne elemente email-a sa primerima iz prakse</li> <li>-Upozna servise za isporuku emailova</li> <li>-Isporuči osnovnu email kampanju</li> </ul>	1	1	2

#### Modul IX: Copywriting

SADRŽAJI MODULA	ISHODI MODULA Po završetku modula polaznik će biti u stanju da:	Broj sati		
		T	PN	Ukupno
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pojam copywriting-a</li> <li>• Struktura uverljivog teksta (bitni elementi, izgled..)</li> <li>• Pisanje kreativnog sadržaja za web</li> <li>• Copywriting i njegov uticaj na SEO (optimizaciju sajtova)</li> <li>• Praćenje uticaja copywritinga na prodaju</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Razume svrhu i vrste copywriting-a</li> <li>-Samostalno kreira izgled i sadržaj teksta</li> <li>-Napravi kreativni sadržaj za web</li> <li>-Sagleda uticaj Copywriting-a na SEO i vidljivost sajta na internetu</li> <li>-Definiše pokazatelje kojima prati uticaj copywritinga na povećanje prodaje</li> </ul>	1	1	2

Modul X: Marketing na socijalnim mrežama

SADRŽAJI MODULA	ISHODI MODULA Po završetku modula polaznik će biti u stanju da:	Broj sati		
		T	PN	Ukupno
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Savremeni trendovi marketinga – tranzicija tradicionalnog u digitalni marketing</li> <li>• Koncept i vrste digitalnog marketinga</li> <li>• Social media marketing – elementi, stepen razvoja globalno i lokalno</li> <li>• Pregled i analiza društvenih medija – koncept, sadržaj, oglašavanje i uticaj</li> <li>• Kreiranje sadržaja za društvene medije za proizvode/usluge iz različitih industrija</li> <li>• Uspešni globalni i lokalni primeri social media kampanja</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Prepozna i primeni najbolju praksu u vođenju društvenih mreža</li> <li>-Razume svrhu i vrste digitalnog marketinga</li> <li>-Sagleda razvoj društvenih mreža globalno i lokalno</li> <li>-Razume ceo koncept društvenih mreža, njihov sadržaj, način oglašavanja i uticaj</li> <li>-Kreira adekvatan sadržaj za društvene mreže u zavisnosti od industrije i/ili proizvoda koji oglašava</li> <li>-Prepozna šta jeste a šta nije dobra praksa u vođenju društvenih mreža</li> </ul>	2	2	4