1.	**Наслов на наставниот предмет**	**Предметна програма од прв циклус на студии Дигитален маркетинг**				
2.	**Код**	**EBU220**				
3.	Студиска програма	Е-бизнис				
4.	Организатор на студиската програма (единица, односно - институт, катедра, оддел)	Универзитет „Св Кирил и Методиј“ во Скопје Економски факултет - Скопје				
5.	Степен (прв, втор, трет циклус)	Прв				
6.	Академска година /семестар	II година/4 семестар (летен)	7.	Број на ЕКТС-кредити	7.5	
8.	Наставник	Проф. д-р Димитар Јовевски				
9.	Предуслови за запишување на предметот	Нема				
10.	Цели на предметната програма (компетенции): По завршувањето на наставата и положувањето на овој предмет, студентите треба да бидат способни: - Да користат интернет маркетинг стратегиите и алатките во секојдневното работење на компаниите; - Познавање за како самите да креираат комплетна интернет маркетинг кампања во виртуелниот простор; - Разбирање на тоа како купувачот ги користи информациите од интернет и како донесува одлука за купување; - Разбирање за местото и улогата на интернет маркетинг комуникациите во планот на маркетинг; - Користење на современи алатки и форми при донесување на оперативни и тактички одлуки во врска со интернет маркетингот; - Целосна приемена на техники на интернет маркетинг комуникацијата за креирање на содржина. - Целосна приемена на техники на интернет маркетинг огласување.					
11.	Содржина на предметната програма: Примената и користењето на интернетот во остварување на маркетинг целите кај претпријатија како и развојот на поголемите системи добива се позначајно место во целитот процес на работење и промовирање на претпријатијата. Оттука, изучувањето на оваа дисциплина како дел од наставата на студиите од областа на бизнисот е неопходност, со цел на студентите да им се дадат потребните знаења и вештини за нивната успешна партиципација во маркетинг тимовите, како учесници или маркетинг менаџери.					
12.	Методи на учење: Предавања со презентации, интерактивни предавања, тимска работа, гостин на предавања, студии на случај, изработка и презентација на проектна задача,					
13.	Вкупен расположив фонд на време	7.5 ЕКТС x 30 часови = 225 часови				
14.	Распределба на расположивото време	60+30+30+15+90 = 225 часови				
15.	Форми на наставните активности	15.1.	Предавања - теоретска настава	60 часови		
		15.2.	Вежби (лабораториски, аудиториумски), семинари, тимска работа	30 часови		

16.	Други форми на активности	16.1.	Проектни задачи	30 часови
		16.2.	Самостојни задачи	15 часови
		16.3.	Домашно учење – задачи	90 часови
17.	Начин на оценување 60+30+10 = 100 бода			
	17.1.	Тестови		60 бодови
	17.2.	Индивидуална работа/проект (презентација: писмена и усна)		30 бодови
	17.3.	Активност и учество		10 бодови
18.	Критериуми за оценување (бодови/ оценка)		до 50 бода	5 (пет) (F)
			51 х до 60 бода	6 (шест) (E)
			61 х до 70 бода	7 (седум) (D)
			од 71 до 80 бода	8 (осум) (C)
			од 81 до 90 бода	9 (девет) (B)
			од 91 до 100 бода	10 (десет) (A)
19.	Услов за потпис и за полагање завршен испит		реализирани активности	
20.	Јазик на кој се изведува наставата		македонски	
21.	Метод на следење на квалитетот на наставата		интерна евалуација и анкета	

22. Литература

22.1. Задолжителна литература

Реден број	Автор	Наслов	Издавач	Година
1.	Dave Chaffey, and Fiona Ellis-Chadwick	Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice 5th Edition	Pearson Education; 5 edition (December 4, 2012)	2012
2.	Лаудон, Кенет К. Травер Герсио, Карол	Електронска трговија : бизнис, технологија,општество	Арс Ламина	2010
3.	Dave Chaffey and PR Smith	Emarketing Excellence: Planning and Optimizing your Digital Marketing	Routledge; 4 edition (December 6, 2012)	2012