1.	**Наслов на наставниот предмет**	**Предметна програма од прв циклус студии Маркетинг преку социјални медиуми**			
2.	**Код**	**МКТ 440**			
3.	Студиска програма	Маркетинг			
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	Четврта година/ осми семестар	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 овој предмет студентите ќе можат и ќе имаат познавање како да ги користат различните социјални медиуми и нивната импликација во маркетингот, бизнис работењето и компаниите во целост. Студентите ќе се стекнат со : • Знаење за целиот еко систем на социјалните медиуми и нивното влијание врз маркетинг стратегијата на една компанија • Знаење да ги артикулираат процесите на маркетингот преку социјални медиуми, и да препознаваат кога и каде треба истите да се користат во бизнисот • Знаење како да се имплементираат бизнис целите преку маркетингот на социјалните медиуми од јакнење на брендот, аквизиции на потрошувачи, градење на релации, подобрување на услугите • Разбирање и предвидување на маркетинг резултатите преку креирање на содржина со цел, наспроти генеричкото создавање на рекламни кампањи, како и потенцирање на комуникацијата преку релевантен содржина користена во соодветен контекст. • Знаење како да се креира соодветна содржина преку различните социјалните медиуми и анализа на најдобрите светски практики • Знаење како да се анализираат податоците и да се креираат соодветни извештаи				
11.	Содржина на предметната програма: • поим и основи на маркетингот преку социјални медиуми, • развојот на социјалните медиуми и онлајн заедницата, • стратегии за маркетинг преку социјалните медиуми, • технологии за примена на маркетингот преку социјални медиуми, • како брендовите ги користат ефективно социјалните медиуми, • анализа на различните клучни социјални медиуми на онлајн просторот. • ROI и маркетингот преку социјални медиуми • ценовни модели кои се применуваат во маркетингот преку социјалните медиуми • креирање на соодветна содржина за соодветен контекст • рекламирање преку социјалните медиуми • анализа и извештаи				
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 расположлив фонд на време	7.5 ЕКТС x 30 часови=225 часови			

14.	Распределба на расположливо време		60+30+30+15+90 =225 часови	
15.	Форми на наставните активности	15.1.	Предавања-теоретска настава	60 часови
		15.2.	Вежби (лабораториски, аудиториски), семинари, тимска работа	30 часови
16.	Други форми на активности	16.1.	Семинарски/стручен труд/проект/истражување (презентација писмена и усна)	30 часови
		16.2.	Самостојни задачи	15 часови
		16.3.	Домашно учење	90 часови
17.	Начин на оценување	60+30+10 = 100 бода		
	17.1.	Тестови		60 бодови
	17.2.	Семинарска работа/проект (презентација:писмена и усна), лабораториски вежби		30 бодови
	17.3.	Активност и учество		10 бодови
18.	Критериуми за оценување (бодови/оценка)	до 50 бода		5 (пет) (F)
		од 51 до 60 бода		6 (шест) (E)
		од 61 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 полагање на завршен испит	Реализирани активности		
20.	Јазик на кој се изведува наставата	Македонски јазик		
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.	Jason McDonald	Social media marketing workbook: How to use social media for busines	Create Space Independent publishing Platform	2018
2.	David Kally	Social media: Strategies to mastering your brand	Create Space Independent publishing Platfo	2017
3.	John Williams	Social media: Marketing strategies for rapid growth	Create Space Independent publishing Platfo	2015
4.	Brain Solis	Engage	Wiley (1 ed)	2011

22.2. Дополнителна литература

Реден број	Автор	Наслов	Издавач	Година
1	Facebook advertising manual			