

Предметна програма од втор циклус студии					
1.	Наслов на наставниот предмет	Интернет маркетинг апликации и алатки			
2.	Код	EВU 530			
3.	Студиска програма	Е-бизнис менаџмент			
4.	Организатор на студиската програма (единица, односно институт, катедра, оддел)	Економски факултет - Скопје Универзитет „Св. Кирил и Методиј“ во Скопје			
5.	Степен	Втор циклус			
6.	Академска година/семестар	Прва година /втор семестар	8.	Број на ЕКТС	6
8.	Наставник	Проф. д-р Димитар Јовевски			
9.	Предуслови за запишување на предметот	Завршен прв циклус на студии со најмалку 240 кредити			
10.	Цели на предметната програма (компетенции): По завршувањето на овој предмет студентите ќе можат и ќе имаат познавање како самите да креираат комплетна интернет маркетинг кампања во виртуелниот простор. Ќе се стекнат со искуство за огласување на социјални мрежи, google AdWords, оптимализирање на веб страни, како и користење на аналитика, извештаи за следење на интернет огласувањето.				
11.	Содржина на предметната програма: <ul style="list-style-type: none"> • поим и основи на интернет маркетинг, • традиционални маркетинг комуникациски активности, • е-маркетинг стратегија, • еволуција на е-маркетинг миксот, • е-маркетинг комуникација со потрошувачи и клиенти, • е-маркетинг алатки за огласување и следење на интернет маркетинг кампањи. • Напредно огласување на дигиталните медиуми • Оптимизација на пребарувачи 				
12.	Методи на учење: Интерактивни предавања со презентации во првиот дел од предметот, додека во вториот работа на реални случаи и изработка на Дигитална Маркетинг кампања за вистинска компанија од Македонската економија.				
13.	Вкупен расположлив фонд на време	6 ЕКТС x 30 часови = 180 часови			
14.	Распределба на расположливо време	40+140 = 180 часови			
0					
15.	Форми на наставните активности	15.1.	Предавања-теоретска настава	24 часови	
		15.2.	Вежби (лабораториски, аудиториски), семинари, тимска работа	16 часови	
16.	Други форми на активности	16.1.	Проектни задачи	40 часови	
		16.2.	Самостојни задачи	30 часови	
		16.3.	Домашно учење	70 часови	
17.	Начин на оценување		50+40+10 = 100 бода		
	17.1.	Тестови			50 бодови
	17.2.	Семинарска работа/проект (презентација: писмена и усна)			40 бодови
	17.3.	Активност и учество			10 бодови
18.	Критериуми за оценување (бодови/оценка)	помалку од 60 бода		5 (пет) (F)	
		од 61 до 68 бода		6 (шест) (E)	
		од 69 до 76 бода		7 (седум) (D)	
		од 77 до 84 бода		8 (осум) (C)	
		од 85 до 92 бода		9 (девет) (B)	
		од 93 до 100 бода		10 (десет) (A)	
19.	Услов за потпис и полагање на завршен испит	Реализирани активности од точка 15 и 16			
20.	Јазик на кој се изведува наставата	Македонски јазик, англиски јазик			
21.	Метод на следење на квалитетот на наставата	Интерна евалуација и анкета			
22.	ЛИТЕРАТУРА				
	22.1.	Задолжителна литература			
		Ред. број	Автор	Наслов	Издавач
	1.	David W. Schumann	Internet Advertising	LEA London	2007

			Esther Thorson	Theory and Research,		
		2.	Jennifer, G & Gradiva, C	Search Engine Optimization (4 ed)	Wiley Publishing Inc	2014
		3.	Dave Chaffey, and Fiona Ellis-Chadwick	Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice 5th Edition	Pearson Education; 5 edition (December 4, 2012)	2012
		4.	Kenneth E.Clow, Donald E.Baack	Integrated Advertising, Promotion and Marketing Communications (ed)	Prentice Hall	2010
	22.2.	Дополнителна литература				
		Ред. број	Автор	Наслов	Издавач	Година
		1.	Google AdWords Tracker			
		2.	Google online challenge manual			
		3.	Facebook advertising manual			
		4.	http://digitalenterprise.org/models/models.html			