

Предметна програма од втор циклус студии					
1.	Наслов на наставниот предмет	Маркетинг преку социјални медиуми			
2.	Код	EBU 5905			
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	Втора година/трет семестар	10.	Број на ЕКТС	9
8.	Наставник	проф. д-р Димитар Јовевски			
9.	Предуслови за запишување на предметот	нема			
10.	<p>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 :</p> <ul style="list-style-type: none"> 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.	<p>Содржина на предметната програма:</p> <ul style="list-style-type: none"> 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 брендovите 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: Интерактивни предавања со презентации, работа во лабораторија како и изработка на маркетинг стратегија преку социјални медиуми за македонска компанија				
13.	Вкупен расположлив фонд на време	9 ЕКТС x 30 часови = 270 часови			
14.	Распределба на расположливо време	40+230 = 270 часови			
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	100 часови	
		16.2.	Самостојни задачи	70 часови	
		16.3.	Домашно учење	60 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	Година
		1.	Jason McDonald	Social media marketing workbook: How to use social media for business	Create Space Independent publishing Platform	2018
		2.	David Kally	Social media: Strategies to mastering your brand	Create Space Independent publishing Platform	2017
		3.	John Williams	Social media: Marketing strategies for rapid growth	Create Space Independent publishing Platform	2015
		4.	Brain Solis	Engage	Wiley (1 ed)	2011
	22.2.	Дополнителна литература				
		Ред. број	Автор	Наслов	Издавач	Година
		1.	Facebook advertising manual			
		2.				
		3.				
		4.				
		5.				