

Аналитика на социјални медиуми

Предметна програма од втор циклус студии					
1.	Наслов на наставниот предмет	Аналитика на социјални медиуми			
2.	Код	МКТ 5413			
3.	Студиска програма	Маркетинг			
4.	Организатор на студиската програма (единица, односно институт, катедра, оддел)	Економски факултет - Скопје			
5.	Степен (трет циклус)	Втор циклус			
6.	Академска година/семестар	Прва година / втор семестар	7.	Број на ЕКТС	6
8.	Наставник	Проф. д-р Николина Паламидовска-Стерјадовска			
9.	Предуслови за запишување на предметот	Завршен прв циклус на студии со најмалку 240 кредити			
10.	Цели на предметната програма (компетенции): <ol style="list-style-type: none"> 1. Студентите треба да го разберат значењето и карактерот на податоците обезбедени од социјалните медиуми. 2. Студентите треба да бидат способни самостојно да развијат ефективен план за собирање и анализа на податоците обезбедени од социјалните медиуми. 3. Студентите треба да ги разберат клучните метрики на социјалните медиуми и да знаат да ги користат алатките за следење и “слушање” на социјалните медиуми. 4. Студентите треба да знаат да спроведат анализа на корисниците, анализа на мрежите, на временските процеси и анализа на содржината на социјалните медиуми. 				
11.	Содржина на предметната програма: <ol style="list-style-type: none"> 1. Вовед во аналитика на социјални медиуми 2. Социјалните медиуми како извор на податоци 3. Следење и “слушање” на социјалните медиуми 4. Развивање план за истражување и аналитика на социјалните медиуми 5. Анализа на корисниците: “Кој” кај социјалните медиуми 6. Мрежи: “Како” кај социјалните медиуми 7. Временски процеси: “Кога” кај социјалните медиуми 8. Содржина: “Што” кај социјалните медиуми 9. Етички и правни аспекти на аналитиката на социјалните медиуми 				
12.	Методи на учење: предавања, интерактивна настава, квизови, проекти, филмови, подржани со LCD и PowerPoint.				
13.	Вкупен расположлив фонд на време		6 ЕКТС x 30 часови = 180 часови		
14.	Распределба на расположливо време		24+16+40+10+90 = 180 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	40 часови	
		16.2.	Самостојни задачи	10 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)			30 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			
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.	Szabo, G., Polatkan, G., Boykin, P.O. and Chalkiopoulos, A.	Social Media Data Mining and Analytics	Wiley, New Jersey, USA	2018
		2.	Khan, G.F.	Creating Value with Social Media Analytics	CreateSpace Independent Publishing Platform, California, USA.	2018
	22.2.	Дополнителна литература				
		Ред. број	Автор	Наслов	Издавач	Година
		1.	Sponder, M.	Social Media Analytics: Effective Tools for Building, Interpreting and Using Metrics	Mc-Graw Hill Education, New York, USA.	2013
		2.	Lipschultz, J.H.	Social Media Measurement and Management: Entrepreneurial Digital Analytics	Routledge, Oxfordshire, UK.	2019
		3.	Sponder, M. and Khan, G.F.	Digital Analytics for Marketing	Routledge, Oxfordshire, UK	2018