

## Дигитален маркетинг и интернет технологии

Предметна програма од втор циклус студии					
1.	Наслов на наставниот предмет	Дигитален маркетинг и интернет технологии Digital Marketing and Internet Technologies			
2.	Код	МКТ 5411			
3.	Студиска програма	Маркетинг			
4.	Организатор на студиската програма (единица, односно институт, катедра, оддел)	Економски факултет - Скопје			
5.	Степен	Втор циклус			
6.	Академска година/семестар	Прва година / втор семестар	7.	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 напредно да ги користат алатките и технологиите кои им стојат на располагање во денешното опкружување на дигиталниот маркетинг. Ќе се стекнат со искуство и знаење да пуштаат реклами на самите да креираат комплетна интернет маркетинг кампања во виртуелниот простор. Ќе се стекнат со искуство за огласување на социјани 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"> <li>• Интернет технологии за огласување и следење на интернет маркетинг кампањи.</li> <li>• Напредно огласување на дигиталните медиуми</li> <li>• Креирање на содржина за потребите на дигиталните огласување</li> <li>• Аналитика</li> </ul>				
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	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	15 часови	
		16.3.	Домашно учење	90 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			
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 Esther Thorson	Internet Advertising Theory and Research	LEA London	2007

		2.	Dave Chaffey, and Fiona Ellis-Chadwick	Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice 5th Edition	Pearson Education; edition (December 2012)	2012	
		3.	Kenneth E.Clow, Donald E.Baack	Integrated Advertising, Promotion and Marketing Communications (4 <sup>th</sup> ed)	Prentice Hall	2010	
		Допол нителн а литера тура					
	22.2.	Ред. број					
		1.	Google AdWords Tracker				
		2.	Google online challenge manual				
		3.	Facebook advertising manual				
	4.	<a href="http://digitalenterprise.org/models/models.html">http://digitalenterprise.org/models/models.html</a>					