

1.	Наслов на наставниот предмет	Дигитален маркетинг Digital Marketing		
2.	Код	ИТ-И-08		
3.	Студиска програма	Интернет технологии		
4.	Организатор на студиската програма (единица, односно институт, катедра, оддел)	Факултет за информатички науки и компјутерско инженерство		
5.	Степен (прв, втор, трет циклус)	втор циклус		
6.	Академска година / семестар 5 / летен /	7. Број на ЕКТС кредити 6		
8.	Наставник	проф. д-р. Димитар Трајанов, доц. д-р Сашо Граматиков		
9.	Предуслови за запишување на предметот			
10.	Цели на предметната програма (компетенции): По завршувањето на курсот се очекува студентот да ги разбира основните концепти од маркетингот. Да ги разбира и користи технологиите за е-маркетинг. Да го разбира однесувањето на Интернет корисниците при донесување на одлуките за купување и оваа знаење да го применува за креирање на успешни е-бизнис решенија.			
11.	Содржина на предметната програма: Вовед во дигитален маркетинг. Истражување на пазарот. Crowdsourcing. Технологии за дигитален маркетинг. Е-маил Маркетинг. Online рекламирање. Маркетинг базиран на пребарувачи. Оптимизација за пребарувач. Плати по клик рекламирање. Канали кај социјални медиуми. Стратегија за социјални медиуми. Управување со online репутацијата. Маркетинг кај мобилни уреди. Локациски потпомогнато рекламирање. Маркетинг во Semantic Web. Управување со корисниците. Веб аналитики			
12.	Методи на учење: Предавања поддржани со презентации преку слајдови, интерактивни предавања, вежби (користење на опрема и софтверски пакети), тимска работа, пример случаи, поканети гости предавачи, самостојна изработка и одбрана на проектна задача и семинарска работа, учење во електронско опкружување (форуми, консултации).			
13.	Вкупен расположив фонд на време	6 ECTS x 30 часа = 180 часа		
14.	Распределба на расположивото време	50 + 25 + 45 + 25 + 35 = 180 часа		
15.	Форми на наставните активности	15.1.	Предавања- теоретска настава	50 часови
		15.2.	Вежби (лабораториски, аудиториски), семинари,	25 часови

			тимска работа		
16.	Други форми на активности	16.1.	Проектни задачи	45 часови	
		16.2.	Самостојни задачи	25 часови	
		16.3.	Домашно учење	35 часови	
17.	Начин на оценување				
	17.1.	Тестови		45 бодови	
	17.2.	Семинарска работа/ проект ( презентација: писмена и усна)		45 бодови	
	17.3.	Активности и учење		10 бодови	
	17.4.	Завршен испит		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 и англиски			
21.	Метод на следење на квалитетот на наставата	механизам на интерна евалуација и анкети			
22.	Литература				
	22.1.	Задолжителна литература			
		Ред.бр.	Автор	Наслов	Издавач
		1	Rob Stokes	eMarketing: The Essential Guide to Marketing in a Digital world	Quirk eMarketing (Pty)
		2	Dave Chaffey, Fiona Ellis-Chadwick	Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice	Pearson
	3	Ian Dodson	The art of Digital Marketing	Wiley	
	22.2.	Дополнителна литература			
Ред. број		Автор	Наслов	Издавач	

