

1.	Наслов на наставниот предмет	Е-маркетинг E-marketing		
2.	Код	КМЕТ-И-14		
3.	Студиска програма	Компјутерски мрежи и е-технологии		
4.	Организатор на студиската програма (единица, односно институт, катедра, оддел)	Факултет за информатички науки и компјутерско инженерство - ФИНКИ		
5.	Степен (прв, втор, трет циклус)	втор циклус		
6.	Академска година / семестар 2 / летен / изборен	7. Број на ЕКТС кредити		6
8.	Наставник	Вон. Проф. д-р Димитар Трајанов		
9.	Предуслови за запишување на предметот	Нема		
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 еМаркетинг. Истражување на пазарот. Crowdsourcing. Технологии за Интернет 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 + 105 = 180 часа		
15.	Форми на наставните активности	15.1.	Предавања- теоретска настава	30 часови
		15.2.	Вежби (лабораториски, аудиториски), семинари, тимска работа	15 часови

16.	Други форми на активности		16.1.	Проектни задачи	60 часови	
			16.2.	Самостојни задачи	25 часови	
			16.3.	Домашно учење	50 часови	
17.	Начин на оценување					
	17.1.	Тестови			40 бодови	
	17.2.	Семинарска работа/ проект (презентација: писмена и усна)			45 бодови	
	17.3.	Активност и учество			15 бодови	
18.	Критериуми за оценување (бодови/ оценка)		до 59 бода		5 (пет) (F)	
			од 60 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 15.1 и 15.2			
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. број	Автор	Наслов	Издавач	Година
		1.	Judy Strauss, Raymond Frost	E-Marketing 5th Edition	Pearson Education	2008
		2.	Kenneth Laudon, Carol Traver	E-Commerce Business, Technology, Society	Prentice Hall	2008
		3.	Rob Stokes, Sarah Blake	eMarketing: the essential guide to digital marketing	Quirk Education	2011
	22.2.	Дополнителна литература				
Ред. број		Автор	Наслов	Издавач	Година	
1.						

		2.				
		3.				

