

1.	Наслов на наставниот предмет	Маркетинг
2.	Код	CSEW310
3.	Студиска програма	Примена на е-технологии
4.	Организатор на студиската програма (единица, односно институт, катедра, оддел)	ФИНКИ
5.	Степен (прв, втор, трет циклус)	Прв циклус
6.	Академска година / семестар 2/3	7. Број на ЕКТС кредити 6
8.	Наставник	Д-р Смилка Јанеска-Саркањац, д-р Љупчо Антоvски
9.	Предуслови за запишување на предметот	нема
10.	Цели на предметната програма (компетенции): Вовед во главните елементи за развој на маркетинг стратегија и планирање на програма за маркетинг Развој на вештини за решавање на маркетинг проблеми преку сет аналитички алатки (рамки, поими, модели и техники) Презентирање и анализа на примери и студии на случај како претпријатијата од повеќе дејности го организираат својот маркетинг Интегрирање на е-маркетингот во вкупната маркетинг стратегија Проценка на содржината и структурата на веб страните наспроти бизнис целите	

	Примена на најнови техники кај интернет маркетинг комуникациите, како на пример вирален маркетинг, блогови или маркетинг на социјални мрежи.		
11.	<p>Содржина на предметната програма:</p> <p>Основни поими и дефиниции на маркетинг; пазар; маркетинг менаџмент; развој на маркетинг стратегија; анализа на внатрешното и надворешното маркетинг опкружување; маркетинг микс; пазари и однесување на потрошувачите; задоволство на потрошувачите; односи со клиентите; сегментирање; таргетирање; позиционирање; производи, услуги и брендови; ценовни стратегии; маркетинг канали; промотивен микс – рекламирање, продажни промоции, директен маркетинг, лична продажба, односи со јавност.</p> <p>Интернет маркетинг – основи на интернет маркетинг; е-бизнис; е-трговија; трансакции меѓу потрошувачи, бизниси и државни институции; видови веб присуство; SWOT анализа; интернет маркетинг стратегии; е-бизнис стратегии; онлајн таргетирање; интернет маркетинг микс; деинтермедијација; реинтермедијација; виртуелни организации; интернет промоција; интерактивни интернет маркетинг комуникации; оптимизација на комуникациски микс за зголемување на бројот на посетители на веб страна; мерки кои се користат за поставување на целите на кампањата или процена на успехот на кампањата според софистицираност; индексирање на пребарувачите; онлајн односи со јавност; блогови; RSS; вирален маркетинг; маркетинг на социјални мрежи.</p>		
12.	Методи на учење: Предавања поддржани со презентации преку слајдови, вежби, тимска работа, студии на случај, изработка на проектна задача, учење во електронско опкружување (форуми, консултации)		
13.	Вкупен расположив фонд на време	6 ЕКТС x 30 часа = 180 часа	
14.	Распределба на расположивото време		
15.	Форми на наставните активности	15.1.	Предавања- теоретска настава
			30 часови

		15.2.	Вежби (лабораториски, аудиториски), семинари, тимска работа	45 часови
16.	Други форми на активности	16.1.	Проектни задачи	30 часови
		16.2.	Самостојни задачи	35 часови
		16.3.	Домашно учење	40 часови
17.	Начин на оценување			
	17.1.	Тестови		80 бодови
	17.2.	Семинарска работа/ проект (презентација: писмена и усна)		10 бодови
	17.3.	Активност и учество		10 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 15.1 и 15.2		

20.	Јазик на кој се изведува наставата	македонски				
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.	Kotler Philip, Armstrong Gary	Principles of Marketing, 14/e	Prentice Hall	2012
		2.	Dave Chaffey Fiona Ellis-Chadwick Richard Mayer Kevin Johnston	Internet Marketing: Strategy, Implementation and Practice, 3/e	Pearson Education	2006
	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.	Тековни стручни и научни статии на интернет поврзани со темите од предавање			
		2.				
3.						