



ЕВРОПСКИ УНИВЕРЗИТЕТ

ФАКУЛТЕТ ЗА ЕКОНОМСКИ НАУКИ

СТУДИСКА ПРОГРАМА - МАРКЕТИНГ

ПРВ ЦИКЛУС НА СТУДИИ

Студиска програма по Маркетинг - предметна програма

Со студиската програма по маркетинг на Факултетот за економски науки се предвидени:

- Задолжителни предмети (во обем до 60% од предметите),
- Изборни предмети од факултетот (во обем од 30 % од предметите), и
- Изборни предмети од единица на Универзитетот (во обем од 10 % од предметите).

Согласно Законот за високо образование, вклучувајќи го и Законот за изменување и дополнување на законот за високо образование, студентите самостојно се одлучуваат за изборните наставни предмети застапени на единиците на универзитетот согласно со правилникот за компатибилност на предметите донесен од страна на универзитетот.

Со ваквата студиската програма се овозможува една избалансирана (врамнотежена) комбинација на основните знаења, а воедно и поширока стручна подготовка. На тој начин, студентите ќе бидат поттикнати да развиваат креативни и инвентивни постапки за решавање на проблемите поврзани со собирање на податоци и информации, постапки од областа на Маркетингот.

По завршување на четвртата година и одбраната на дипломската работа, студентот се стекнува со звање **Дипломиран економист по маркетинг (Bachelor in Marketing)**.

Со дипломирањето студентот се стекнува со **240 ЕКТС**.

**Табела 1 Студиска програма: Маркетинг на Факултетот за економски науки
(4-годишни студии на прв циклус студии)**

I година

Р.бр.	Код	Назив на предметот	Вкупен фонд на часови		Неделен фонд на часови		ЕКТС	Оптоварување
I семестар								
1	EC111	Основи на економија	45	30	3	2	8	240
2	MA111	Математика за бизнис	45	30	3	2	8	240
3	EC112	Основи на сметководство	45	30	3	2	8	240
<i>Еден изборен предмет од листата</i>								
4	*	Изборен факултетски предмет (Листа бр.1)	45	30	3	2	7	210
II семестар								
1	MA121	Статистика за бизнис	45	30	3	2	8	240
2	EC121	Менаџерска економија	45	30	3	2	8	240
<i>Два изборни предмети од следниве</i>								
3	*	Изборен факултетски предмет (Листа бр.1)	45	30	3	2	7	210
4	**	Изборен универзитетски предмет (Листа бр.5)	45	30	3	2	6	180
Вкупно			600		40		60	1800

Листа на изборни факултетски предмети (Листа бр.1)

Ред. бр.	Код	Предмет
I семестар		
1.	ME111	Деловно комуницирање
2.	ME112	Менаџмент информациона системи
3.	P111	Трговско право
4.	EC113	Применета економија
II семестар		
5.	ME121	Теорија на одлучување
6.	EC122	Сметководство на трошоци
7.	EC123	Економска мисла и развој

II Година

Р.бр.	Код	Предмет	Вкупен фонд часови		Неделен фонд на часови		ЕКТС	Оптоварување
III семестар								
1	MR211	Маркетинг	45	30	3	2	8	240
2	EC211	Финансиско сметководство	45	30	3	2	8	240
<i>Два изборни предмети од листата</i>								
3	*	Изборен факултетски предмет (Листа бр.2)	45	30	3	2	8	240
4	*	Изборен факултетски предмет (Листа бр.2)	45	30	3	2	7	210
IV семестар								
1	ME221	Деловно планирање	45	30	3	2	8	240
2	ME222	Финансиски менаџмент	45	30	3	2	8	240
<i>Два изборни предмети од следниве</i>								
3	*	Изборен факултетски предмет (Листа бр.2)	45	30	3	2	7	210
4	**	Изборен универзитетски предмет (Листа бр.5)	45	30	3	2	6	180
Вкупно			600		40		60	1800

Листа на изборни факултетски предмети (Листа бр. 2)

Ред. бр.	Код	Предмет
III семестар		
1.	EC212	Банкарство
2.	ME211	Менаџмент
3.	EC213	Монетарна економија
4.	EC214	Меѓународни финансии
5.	EC215	Транспорт и шпедиција
IV семестар		
6.	ME223	Управување со промени
7.	ME224	Стратегиски менаџмент
8.	EC221	Операциони истражувања

III година

Р.бр.	Код	Предмет	Вкупен фонд на часови		Неделен фонд на часови		ЕКТ С	Оптоварување
V семестар								
1	ЕС311	Меѓународна трговија	45	30	3	2	8	240
2	МЕ311	Менаџмент на човечки ресурси	45	30	3	2	8	240
3	MR311	Однесување на потрошувачите	45	30	3	2	8	240
<i>Еден изборен предмет од листата</i>								
4	*	Изборен факултетски предмет (Листа бр.3)	45	30	3	2	7	210
VI семестар								
1	MR321	Маркетинг истражување	45	30	3	2	8	240
2	MR322	Управување со производ	45	30	3	2	8	240
<i>Два изборни предмети од следниве</i>								
3	*	Изборен факултетски предмет (Листа бр.3)	45	30	3	2	7	210
4	**	Изборен универзитетски предмет (Листа бр.5)	45	30	3	2	6	180
Вкупно			600		40		60	1800

Листа на изборни факултетски предмети (Листа бр. 3)

Ред. бр.	Код	Предмет
V семестар		
1.	МЕ312	Маркетинг менаџмент
2.	ЕС312	Меѓународни економски односи
3.	МЕ313	Лидерство
4.	ЕС313	Девизна политика
5.	MR312	Меѓународен маркетинг
6.	ЕС314	Банкарски сметководствен систем
VI семестар		
1.	ЕС321	Хартии од вредност
2.	ЕС322	Кредитна политика
3.	МЕ321	Проектен менаџмент
4.	MR323	Маркетинг на услуги
5.	MR324	Стратегиски маркетинг

IV година

Р. бр.	Код	Предмет	Вкупен фонд на часови		Неделен фонд на часови		ЕКТС	Оптоварување
VII семестар								
1	EC411	Економски политики на ЕУ	45	30	3	2	8	240
2	ME411	Корпоративно управување	45	30	3	2	8	240
3	MR411	Маркетинг политика на цени	45	30	3	2	8	240
<i>Еден изборен предмет од листата</i>								
4	*	Изборен факултетски предмет (Листа бр.4)	45	30	3	2	7	210
VIII семестар								
1	MR421	Дистрибуција со канали на продажба	45	30	3	2	8	240
2	MR422	Промоција	45	30	3	2	8	240
<i>Два изборни предмети од следниве</i>								
3	*	Изборен факултетски предмет (Листа бр.4)	45	30	3	2	7	210
4	**	Изборен универзитетски предмет (Листа бр.5)	45	30	3	2	6	180
		Дипломска работа						
		Вкупно	600		40		60	1800
		Вкупно (прв циклус)					240	7200

Листа на изборни факултетски предмети (Листа бр.4)

Ред. бр.	Код	Предмет
		VII семестар
1.	EC412	Корпоративно финансиско известување
2.	EC413	Меѓународни финансиски институции и организации
3.	ME412	Оперативен менаџмент
4.	MR412	Бренд менаџмент
5.	MR413	Организација и контрола на маркетинг активности
6.	EC414	Даночен менаџмент
		VIII семестар
1.	EC421	Управувачко сметководство
2.	EC422	Светски пазар и економски интеграции
3.	ME421	Еколошки менаџмент
4.	MR423	Директен маркетинг
5.	MR424	Маркетинг комуникации

Листа на изборни универзитетски предмети (Листа бр. 5)

Универзитетската листа на слободни изборни предмети			
Реден бр.	Шифра (код)	Предмет	Организатор
1	OO112	Специјално физичко образование 1	Факултет за детективи и криминалистика
2	OO122	Специјално физичко образование 2	Факултет за детективи и криминалистика
3	EC122	Економијата и криминалот	Факултет за детективи и криминалистика
4	B112	Заштита на тајни податоци	Факултет за детективи и криминалистика
5	P211	Трговско право	Факултет за правни науки
6	PN513	Право на интелектуална сопственост	Факултет за правни науки
7	P121	Казнено право	Факултет за правни науки
8	PI223	Меѓународни односи и дипломатија	Факултет за правни науки
9	MM	Мултимедија	Факултет за информатика
10	ITCH	Интернет технологии	Факултет за информатика
11	IT	Информатички технологии	Факултет за информатика
12	U311	Фотографија	Факултет за арт и дизајн
14	MOD221	Моделирање	Факултет за арт и дизајн
15	U111	Цртање	Факултет за арт и дизајн
17	VK221	Визуелни комуникации	Факултет за арт и дизајн
18	ST115	Ергономија	Факултет за стоматологија
19	ST233	Превентивна стоматологија	Факултет за стоматологија
20	ST116	Орална хигиена	Факултет за стоматологија

ПРВА ГОДИНА – ЗАДОЛЖИТЕЛНИ ПРЕДМЕТИ

1.	Наслов на предметот	Основи на економија			
2.	Код	ЕС111			
3.	Студиска програма	Маркетинг			
4.	Организатор на студиската програма (единица, односно институт, катедра, оддел)	Факултет за економски науки			
5.	Степен (прв, втор, трет циклус)	Прв циклус			
6.	Академска година / семестар	1/1	7.	Број на ЕКТС кредити	8
8.	Предуслови за запишување на предметот	Клучен			
9.	Цели на предметната програма (компетенции): Намерата на наставата по предметот е да им помогне на студентите во разбирањето на значењето, суштината на економијата како наука. Имајќи предвид дека насочувањето при совладувањето на одделни програми, се повеќе, е специјализирано, во содржината на оваа дисциплина во голема мера е направен обид што поконкретно да се обработат токму оние прашања и проблеми кои непосредно ќе овозможат примена во практичното ангажирање на дипломираните економисти.				
10.	Содржина на предметната програма: По завршувањето на наставата студентите треба да бидат способни во практика да ги аплицираат здобиените теоретските сознанија за основните економски законитости и категории, како што се: <ul style="list-style-type: none"> – економијата како наука – основни економски принципи – понуда и побарувачка: два магични збора – потрошувачи, производители и ефикасност на пазарите – пари: функции, видови, оптек ... инфлација – финансии: систем, пазари ... девизи – извори на деловен капитал – трговија: добитници и губитници – услугите најбрзо растечки дел на глобалната економија – државата и фискалната политика – пазарот на работната сила – бруто домашен производ: богатство на нацијата. 				
11.	Методи на учење: Метод на студија на случаи, дискусија				

12.	Вкупен расположив фонд на време		240	
13.	Распределба на расположивото време			
14.	Форми на наставните активности	14.1.	Предавања- теоретска настава	45 часови
		14.2.	Вежби (лабораториски, аудиториски), семинари, тимска работа	30 часови
15.	Други форми на активности	15.1.	Проектни задачи	55 часови
		15.2.	Самостојни задачи	20 часови
		15.3.	Домашно учење	90 часови
16.	Начин на оценување			
	16.1.	Тестови	60 бодови	
	16.2.	Семинарска работа/ проект (презентација: писмена и усна)	20 бодови	
	16.3.	Активност и учество	20 бодови	
17.	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)
18.	Услов за потпис и полагање на завршен испит		60% од вкупните поени на колоквиумите или испитот	
19.	Јазик на кој се изведува наставата		Македонски јазик или англиски јазик	
20.	Метод на следење на квалитетот на наставата		Самоевалуација	

1.	Наслов на наставниот предмет	Математика за бизнис			
2.	Код	МА111			
3.	Студиска програма	Маркетинг			
4.	Организатор на студиската програма (единица, односно институт, катедра, оддел)	Факултет за економски науки			
5.	Степен (прв, втор, трет циклус)	Прв циклус			
6.	Академска година / семестар	1/1	7.	Број на ЕКТСкредити	8
8.	Предуслови за запишување на предметот	Математика			
9.	Цели на предметната програма (компетенции): Основна цел на предметот е да ги обезбеди студентите со основно математичко знаење, кое е неопходно за теоријата на веојатноста и статистиката за бизнис.				
10.	Содржина на предметната програма: Преглед на алгебрата. Систем на реални броеви. Полиноми. Факторинг. Дропки. Експоненти и радикали. Равенки. Математички функции. Функции. Видови функции. Графикка презентација на функции. Линеари функции. Линеарни равенки. Системи на линеарни равенки. Вовед во пермутации и комбинации. Нелинеарни функции. Диференцијација. Оптимизација: Методологија и апликации. Експоненцијали и логоритамски функции. Оптимизација: Функции со неколку варијабли. Пресметка на интеграли: вовед. Пресметка на интеграли: примена. Финансиска математика. Камата и нејзина пресметка. Пресметка на плаќања. Ануитети и нивна идна вредност. Ануитети и нивна сегашна вредност. Cost – Benefit анализа.				
11.	Методи на учење: Метод на студија на случаи, дискусија				
12.	Вкупен расположив фонд на време	240 часа			
13.	Распределба на расположивото време				
14.	Форми на наставните активности	14 .1 .	Предавања- теоретска настава	45 часови	
		14 .2 .	Вежби (лабораториски, аудиториски), семинари, тимска работа	30 часови	
15.	Други форми на активности 1	15 .1 .	Проектни задачи	55 часови	
		15.2 .	Самостојни задачи	20 часови	
		15.3 .	Домашно учење	90 часови	

16.	Начин на оценување		
	16.1.	Тестови	60 бодови
	16.2.	Семинарска работа/ проект (презентација: писмена и усна)	20 бодови
	16.3.	Активност и учество	20 бодови
17.	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)
18.	Услов за потпис и полагање на завршен испит	60% од вкупните поени на колоквиумите или испитот	
19.	Јазик на кој се изведува наставата	Македонски или англиски јазик	
20.	Метод на следење на квалитетот на наставата	Самоевалуација	

1.	Наслов на наставниот предмет	Основи на сметководство			
2.	Код	ЕС112			
3.	Студиска програма	Маркетинг			
4.	Организатор на студиската програма (единица, односно институт, катедра, оддел)	Факултет за економски науки			
5.	Степен (прв, втор, трет циклус)	Прв циклус			
6.	Академска година / семестар	1/1	7.	Број на ЕКТС кредити	8
8.	Предуслови за запишување на предметот	Основи на економија			
9.	Цели на предметната програма (компетенции): Основна цел на предметот е да ги обезбеди студентите со основно знаење од областа на сметководството. Студентите треба да бидат способни да го дефинираат сметководството, да ги познаваат основните финансиски извештаи, фазите на сметководствениот циклус, обработката на сметководствените настани, сметководствената евиденција на средствата, обврските, капиталот, приходите, расходите и на финансискиот резултат, како и да се запознаат со сметководствената регулатива во национални и меѓународни рамки преку изучувањето на Меѓународните сметководствени стандарди.				
10.	Содржина на предметната програма: Детерминирање и еволуција на сметководството. Сметководствени концепти и квалитативни карактеристики на сметководствените информации. Контата (сметките) како инструмент на сметководствената постапка. Сметководствен циклус во деловните ентитети. Сметководствена аналитичка евиденција. Поим и поделбана средствата: постојани и тековни средства. Обврски и сметководствен третман на обврските. Финансиски резултат и капитал на сопствениците. Сметководствени грешки. Сметководствената регулатива во меѓународни и национални рамки и перспективите на професионалната сметководствената професија.				
11.	Методи на учење: Метод на студија на случаи, дискусија				
12.	Вкупен расположив фонд на време	240 часа			
13.	Распределба на расположивото време				
14.	Форми на наставните активности	14.1	Предавања- теоретска настава	45 часови	

		14.2	Вежби (лабораториски, аудиториски), семинари, тимска работа	30 часови
15.	Други форми на активности	15.1	Проектни задачи	55 часови
		15.2	Самостојни задачи	20 часови
		15.3	Домашно учење	90 часови
16.	Начин на оценување			
	16.1.	Тестови		60 бодови
	16.2.	Семинарска работа/ проект (презентација: писмена и усна)		20 бодови
	16.3.	Активност и учество		20 бодови
17.	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)
18.	Услов за потпис и полагање на завршен испит		60% од вкупните поени на колоквиумите или испитот	
19.	Јазик на кој се изведува наставата		Македонски или англиски јазик	
20.	Метод на следење на квалитетот на наставата		Самоевалуација	

1.	Наслов на наставниот предмет	Статистика за бизнис		
2.	Код	МА121		
3.	Студиска програма	Маркетинг		
4.	Организатор на студиската програма (единица, односно институт, катедра, оддел)	Факултет за економски науки		
5.	Степен (прв, втор, трет циклус)	Прв циклус		
6.	Академска година / семестар	1 / 2	7. Број на ЕКТС кредити	8
8.	Предуслови за запишување на предметот	Математика за бизнис		
9.	Цели на предметната програма (компетенции): Основната цел на овој предмет е усвојување на основите на теоријата на веројатност, основите на статистиката, заедно со сите дисциплини кои се поврзани со статистиката и начините на нивно користење.			
10	Содржина на предметната програма: Нумерички дескриптиви мерки. Веројатност. Дискретни случајни варијабли. Континуирани случајни променливи. Дистрибуција на примерок. Проценка и тестирање на хипотеза: Единечен примерок. Два примерока: Проценка и тестирање на хипотези. Едноставна линеарна регресија. Повеќекратна регресија. Вовед во градење на модели. Временски серии: Индексни броеви и дескриптивни анализи. Временски серии: Модели и предвидување. Не-параметриска статистика. Хи квадрат тест и анализа на табели на непредвидливи. Анализа на одлуките со користење на претходни информации. Анализа на одлуките со користење на претходни информации и информации за примерокот. Истражување.			
11	Методи на учење: Метод на студија на случаи, дискусија			
12	Вкупен расположив фонд на време	240 часа		
13	Распределба на расположивото време			
14	Форми на наставните активности	14.1	Предавања- теоретска настава	45 часа
		14.2	Вежби (лабораториски, аудиториски), семинари, тимска работа	30 часа
15	Други форми на активности	15.1	Проектни задачи	55 часа
		15.2	Самостојни задачи	20 часа

		15.3	Домашно учење	90 часа
16	Начин на оценување			
16.1	Тестови		60 бодови	
16.2	Семинарска работа/ проект (презентација: писмена и усна)		20 бодови	
16.3	Активност и учество		20 бодови	
17	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)	
18	Услов за потпис и полагање на завршен испит		60% од вкупните поени на колоквиумите или испитот	
19	Јазик на кој се изведува наставата		Македонски или англиски јазик	
20	Метод на следење на квалитетот на наставата		Самоевалуација	

1.	Наслов на наставниот предмет	Менаџерска економија		
2.	Код	ЕС121		
3.	Студиска програма	Маркетинг		
4.	Организатор на студиската програма (единица, односно институт, катедра, оддел)	Факултет за економски науки		
5.	Степен (прв, втор, трет циклус)	Прв циклус		
6.	Академска година / семестар	1 / 2	7. Број на ЕКТС кредити	8
8.	Предуслови за запишување на предметот	Основи на економија		
9.	Цели на предметната програма (компетенции): Изучувањето на материјата од областа на менаџерската економија треба ги насочи студентите во правец на разбирање и унапредување на менаџерските процеси на ефикасно донесување на одлуки. Менаџерската економија, пред сè, треба да им помогне на студентите да станат креатори на деловната стратегија на фирмите.			
10.	Содржина на предметната програма: Детерминирање на менаџерската економија, претприемничка идеја, анализа истражување на пазарот, дефинирање на целната група; Основање и локација на фирмата; регистрација на компании – видови компании; Класификација и големина на компанијата, Организацијата како основен субјект на пазарот- организациски функции, (производствена функција, продажна, набавна, креирање на производ од идеја до реализација), Управување со средствата на трудот, Трошоци-управување со трошоците; Плаќање на трудот, системот ЈТ, економска оптимализација, процесот на менаџерско донесување одлуки, одлучување во услови на ризик и неизвесност, трошоците во функција на економичноста на работење; производствената функција на фирмата, , анализа и предвидување на побарувачката и понудата на пазарот, максимализација на финансискиот резултат на фирмата при различни структури на пазари, продажните цени како инструмент на менаџерските одлуки, планирање, мониторинг и евалуација на инвестициите.			
11.	Методи на учење: Метод на студија на случаи, дискусија			
12.	Вкупен расположив фонд на време	240		
13.	Распределба на расположивото време			
14.	Форми на наставните активности	14.1.	Предавања- теоретска настава	45 часови

		14.2.	Вежби аудиториски), семинари, тимска работа	30 часови
15	Други форми на активности	15.1.	Проектни задачи	35 часови
		15.2.	Самостојни задачи	30 часови
		15.3.	Домашно учење	100 часови
16	Начин на оценување			
	16.1	Тестови		60 бодови
	16.2	Семинарска работа/ проект (презентација: писмена и усна)		20 бодови
	16.3	Активност и учество		20 бодови
17	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)
18	Услов за потпис и полагање на завршен испит		60% од вкупните поени на колоквиумите или испитот	
19	Јазик на кој се изведува наставата		Македонски јазик или англиски јазик	
20	Метод на следење на квалитетот на наставата		Самоевалуација	

ПРВА ГОДИНА – ИЗБОРНИ ФАКУЛТЕТСКИ ПРЕДМЕТИ

1.	Наслов на наставниот предмет	Деловно комуницирање		
2.	Код	ME114		
3.	Студиска програма	Маркетинг		
4.	Организатор на студиската програма (единица, односно институт, катедра, оддел)	Факултет за економски науки		
5.	Степен (прв, втор, трет циклус)	Прв циклус		
6.	Академска година / семестар	1 / 1	7. Број на ЕКТС кредити	7
8.	Предуслови за запишување на предметот	Основи на економија		
9.	Цели на предметната програма (компетенции): По завршување на наставата студентите треба да бидат оспособени да: да ја осознаат суштината на комуницирањето меѓу бизнис компаниите, а и меѓу поединците со цел да се предизвика интерес кај јавноста, односно потрошувачите, да се направат промени за обезбедување на подобра иднина, успешно да ги комбинираат инструментите и елементите на бизнис комуницирањето, да помогнат во успешното настапување на фирмите на се понеизвесниот и се поконкурентски пазар, да го применат современото комуницирање во работето на фирмите, да ја унапредат работата на фирмата преку претставување на вредностите на нивните производи и услуги, поттикнување на купувањето, покажување на професионални знаења.			
10.	Содржина на предметната програма: Намерата на наставата по предметот е да се запознаат студентите со деловното комуницирање како процес со помош на кој се пренесуваат информации помеѓу поединци или организации. Комуницирањето ќе се изучува како размена на факти, идеи мислења или емоции помеѓу две или повеќе лица и помеѓу организации. Тоа значи информациите, фактите, идеите, пораките или емоциите да бидат упатени до одреден примач кој треба да ги слушне или почувствува, да ги разбере и да даде одговор. За таа цел, предметот ги опфаќа: основите на комуницирањето; медиуми за комуницирање; интерперсонално комуницирање; пишувани бизнис пораки; пишување на извештаи; вештини на говорно презентирање како и електронско комуницирање.			
11.	Методи на учење: Метод на студија на случаи, дискусија			
12.	Вкупен расположив фонд на време	210 часа		
13.	Распределба на расположивото време			

14	Форми на наставните активности	14.1	Предавања- теоретска настава	45 часови
		14.2	Вежби (лабораториски, аудиториски), семинари, тимска работа	30 часови
15	Други форми на активности	15.1	Проектни задачи	45 часови
		15.2	Самостојни задачи	45 часови
		15.3	Домашно учење	45 часови
16	Начин на оценување			
	16.1	Тестови		60 бодови
	16.2	Семинарска работа/ проект (презентација: писмена и усна)		20 бодови
	16.3	Активност и учество		20 бодови
17	Критериуми за оценување (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)
18	Услов за потпис и полагање на завршен испит		60% од вкупните поени на колоквиумите или испитот	
19	Јазик на кој се изведува наставата		Македонски или англиски јазик	
20	Метод на следење на квалитетот на наставата		Самоевалуација	

1.	Наслов на наставниот предмет	Менаџмент информациона системи		
2.	Код	ME114		
3.	Студиска програма	Маркетинг		
4.	Организатор на студиската програма (единица, односно институт, катедра, оддел)	Факултет за економски науки		
5.	Степен (прв, втор, трет циклус)	Прв циклус		
6.	Академска година / семестар	1 / 1	7.	Број на ЕКТС кредити
8.	Предуслови за запишување на предметот	Општи познавања од информатика		
9.	Цели на предметната програма (компетенции) : Совладување на основните информатички вештини, запознавање со компјутерските системи, со информациските системи, со начинот на креирање, собирање, обработка на документи, со информатизација на претпријатието, со е- бизнис, со компјутерски криминал и заштита од него, со деловната графика и деловните презентации.			
10.	Содржина на предметната програма: Основните информатички вештини, компјутерски системи, информациските системи, дигитални документ (начинот на креирање, собирање, обработка и дистрибуција) , информатизација на претпријатието, е- бизнис, компјутерски криминал и заштита од него, деловната графика и деловните презентации. Во рамките на наставата практично се проучуваат компјутерските вештини (Windows, Word, Excel, Power Point), користење на Интернетот од економски аспект.			
11.	Методи на учење: Метод на студија на случаи, дискусија			
12.	Вкупен расположив фонд на време	210 часа		
13.	Распределба на расположивото време			
14.	Форми на наставните активности	14.1.	Предавања- теоретска настава	45 часови
		14.2.	Вежби (лабораториски, аудиториски) , семинари, тимска работа	30 часови
15.	Други форми на активности	15.1.	Проектни задачи	45 часови
		15.2.	Самостојни задачи	45 часови
		15.3.	Домашно учење	45 часови
16.	Начин на оценување			60 бодови
	16.1	Тестови		

	16.2	Семинарска работа/ проект (презентација: писмена и усна)	20 бодови
	16.3	Активност и учество	20 бодови
17	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)
18	Услов за потпис и полагање на завршен испит	60% од вкупните поени на колоквиумите или испитот	
19	Јазик на кој се изведува наставата	Македонски јазик или англиски јазик	
20	Метод на следење на квалитетот на наставата	Самоевалуација	

1.	Наслов на наставниот предмет		Трговско право		
2.	Код		P114		
3.	Студиска програма		Маркетинг		
4.	Организатор на студиската програма (единица, односно институт, катедра, оддел)		Факултет за економски науки		
5.	Степен (прв, втор, трет циклус)		Прв циклус		
6.	Академска година / семестар		1 / 1	7. Број на ЕКТС кредити	7
8.	Предуслови за запишување на предметот		Основи на економија		
9.	Цели на предметната програма (компетенции): Целта на програмата е да одговара на потребите на студентите кои ја изучуваат материјата по трговско право и да ги оспособи студентите да ја познаваат организацијата и работата на трговските друштва, нивните активности, правата и обврските, за постапката за стечај и ликвидацијата на истите. Исто така неопходност во работењето на трговските друштва претставува и запознавањето на студентите со хартии од вредност и индустриска сопственост. На овој начин студентите ќе ја совладаат стручната, теоретската и практичната терминологија од оваа област на трговското работење која им е неопходна за натамошното следење на наставата по другите студиски години				
10.	Содржина на предметната програма: Наставната содржина по предметот трговско право е поделена на четири дела. Првиот дел е посветен на правниот статус (правната положба) на трговците, видови трговци и трговски друштва (основање, работа, престанок). Вториот дел се однесува на прометот со стоки и трговски услуги кои ги вршат поедини трговски субјекти. Третиот дел се однесува на индустриска сопственост и четвртиот дел е посветен на работите во прометот со пари (хартии од вредност, меница и чек).				
11.	Методи на учење: Метод на студија на случаи, дискусија				
12.	Вкупен расположив фонд на време		210 часа		
13.	Распределба на расположивото време				
14.	Форми на наставните активности	14.1.	Предавања- теоретска настава	45 часови	
		14.2.	Вежби (лабораториски, аудиториски), семинари, тимска работа	30 часови	
15.	Други форми на активности	15.1.	Проектни задачи	45 часови	
		15.2.	Самостојни задачи	45 часови	
		15.3.	Домашно учење	45 часови	
16.	Начин на оценување				60 бодови
	16.1	Тестови			

.	.		
.	16.2	Семинарска работа/ проект (презентација: писмена и усна)	20 бодови
.	16.3	Активност и учество	20 бодови
17	Критериуми за оценување (бодови/ оценка)	до 51 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)
18	Услов за потпис и полагање на завршен испит	60% од вкупните поени на колоквиумите или испитот	
19	Јазик на кој се изведува наставата	Македонски или англиски јазик.	
20	Метод на следење на квалитетот на наставата	Самоевалуација	

1.	Наслов на наставен предмет	Применета економија		
2.	Код	ЕС114		
3.	Студиска програма	Маркетинг		
4.	Организатор на студиска програма (единица односно институт, катедра, оддел)	Факултет за економски науки		
5.	Степен (прв, втор, трет циклус)	Прв циклус		
6.	Академска година/семестар	1/ 1	7. Број на ЕКТС кредити	7
8.	Предуслови за запишување на предметот	Основи на економија		
9.	<p>Цели на предметната програма (компетенции) :</p> <p>Целта на предметот е студентите да оформат знаења од доменот на приементата економија на национално ниво и во глобални размери, да се анализираат и специфичните законитости кои се основа на регионалната поларизација версус регионалната дивергенција. Во предметот се разгледува и користите на отвореноста, односно штетите од затвореноста на националната економија, проблемите и предлозите за решавање на главните суштински параметри: растот на општествениот производ, вработеноста и потрошувачката, нивната функционална интеракција со цел просторно структурирање на економскиот и социјалниот живот на една држава. На тој начин студентите ќе се подготват за: самостојно комплексно согледување на аналитичките и организациските проблеми во решавањето на идните развојни економски проекти.</p>			
10.	<p>Содржина на предметната програма:</p> <p>Поим за економскиот систем, Поим и значењето на терминот економска политика, Стопанската реалност како предмет на применетата економија како наука, Методите на применетата економска наука, Елементи на економските системи, Интеракциите меѓу елементите во економските системи, Класификација на економските системи, Глобализацијата и економските системи, Универзални економски проблеми и економските системи, Проблемите и перспективите во развојот на македонското стопанство во новиот светски економски поредок, регионалниот аспект на економскиот развој на Република Македонија, Просторниот аспект на економскиот развој на Република Македонија, регионалниот развој на Република Македонија.</p>			
11.	<p>Метод на учење:</p> <p>Метод на студија на случаи, дискусија</p>			
12.	Вкупен расположив фонд на време	210 часа		
13.	Распределба ба расположивото време			
14.	Форми на наставни активности	14.1.	Предавања-теоретска настава	45 часа
		14.2.	Вежби (лабораториски, аудиториски), семинари,	30 часа

			тимска работа	
15	Други форми на активности	15.1.	Проектни задачи	45 часа
		15.2.	Самостојни задачи	45 часа
		15.3.	Домашно учење	45 часа
16	Начин на оценување			
	16.1	Тестови		60 бодови
	16.2	Семинарска работа/проект (презентација-писмена и усна)		20 бодови
	16.3	Активност и учество		20 бодови
17	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)
18	Услов за потпис и полагање на завршен испит		60% од вкупните поени на колоквиумите или испитот	
19	Јазик на кој се изведува наставата		Македонски или англиски јазик	
20	Метод на следење на квалитетот на наставата		Самоевалуација	

1.	Наслов на наставен предмет		Теорија на одлучување		
2.	Код		ME123		
3.	Студиска програма		Маркетинг		
4.	Организатор на студиска програма (единица односно институт, катедра, оддел)		Факултет за економски науки		
5.	Степен (прв, втор, трет циклус)		Прв циклус		
6.	Академска година/семестар		1 / 2	7.	Број на ЕКТС кредити
8.	Предуслови за запишување на предметот		Основи на економија		
9.	Цели на предметната програма (компетенции) : Целта на овој предмет е да ги подготви студентите ефективно да донесуваат одлуки и да решаваат проблеми како витален и секојдневен дел од работата на секој менаџер. Намерата на овој предмет е да ги подобри вештините на студентите за донесување на одлуки. Сето тоа се овозможува преку изучување на процесот на решавање на проблем и донесување одлуки, на техниките на донесување деловни одлуки и карактеристиките на индивидуалното и групното одлучување.				
10.	Содржина на предметната програма: Предмет на елаборација се: природа на одлучувањето, поимно дефинирање на одлучувањето и процес на донесување одлуки, услови на донесување одлуки, стилови на донесување одлуки, модели на одлучување, етиката во донесување на одлуки, дефинирање на индивидуално и групно донесување на одлуки.				
11.	Метод на учење: Метод на студија на случаи, дискусија				
12.	Вкупен расположив фонд на време		210 часа		
13.	Распределба на расположивото време				
14.	Форми на наставни активности	14.1.	Предавања-теоретска настава	45 часа	
		14.2.	Вежби (лабораториски, аудиториски), семинари, тимска работа	30 часа	
15.	Други форми на активности	15.1.	Проектни задачи	45 часа	
		15.2.	Самостојни задачи	45 часа	
		15.3.	Домашно учење	45 часа	
16.	Начин на оценување				
	16.1.	Тестови		60 бодови	
	16.2.	Семинарска работа/проект (презентација-писмена и усна)		20 бодови	
	16.3.	Активност и учество		20 бодови	

	.		
17	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)
18	Услов за потпис и полагање на завршен испит	60% од вкупните поени на колоквиумите или испитот	
19	Јазик на кој се изведува наставата	Македонски или англиски јазик	
20	Метод на следење на квалитетот на наставата	Самоевалуација	

1.	Наслов на наставниот предмет	Сметководство на трошоци		
2.	Код	ЕС123		
3.	Студиска програма	Маркетинг		
4.	Организатор на студиската програма (единица, односно институт, катедра, оддел)	Факултет за економски науки		
5.	Степен (прв, втор, трет циклус)	Прв циклус		
6.	Академска година / семестар	1/2	7. Број на ЕКТС кредити	7
8.	Предуслови за запишување на предметот	Основи на економија		
9.	Цели на предметната програма (компетенции): Основна цел на предметот е студентите да се запознаат со улогата и значењето на трошоците во работењето на организациите. Преку изучувањето на овој наставен предмет студентите ќе се запознаат со основните видови трошоци и нивниот сметководствен третман во рамките на сметководствениот систем на организациите преку кој се обезбедуваат квантитативните информации за менаџментот за потребите на планирањето и анализата на работењето. Сеопфатната анализа на трошоците подразбира примена на бројни постапки и методи за утврдување на податоците за трошоците и нивно понатамошно користење во процесот на подготвување на финансиските извештаи, деловното одлучување, како и во процесот на планирање, контрола и анализа на резултатите од работењето.			
10	Содржина на предметната програма: . Сметководството на трошоци како подсистем на сметководствениот систем; Поделба на трошоците; Трошоците како методолошка основа за економска анализа; Анализа на трошоците, обемот на производството и реализацијата; Сметководствени постапки за опфаќање на трошоците (поединечно производство, процесно производство); Сметководствено планирање и контрола на трошоците; Стандардни трошоци и други мерила на работењето; Облици на алокација на трошоците; Сметководство на активности; Сметководство на одговорноста; Примена на сметководството на трошоци во деловното одлучување и економската анализа.			
11	Методи на учење: . Метод на студија на случаи, дискусија			
12	Вкупен расположив фонд на време	210 часови		
13	Распределба на расположивото време	$45+30+35+50+50 = 210$		

14	Форми на наставните активности	14.1	Предавања- теоретска настава	45 часови
		14.2	Вежби (лабораториски, аудиториски), семинари, тимска работа	30 часови
15	Други форми на активности	15.1	Проектни задачи	35 часови
		15.2	Самостојни задачи	50 часови
		15.3	Домашно учење	50 часови
16	Начин на оценување			
	16.1	Тестови		60 бодови
	16.2	Семинарска работа/ проект (презентација: писмена и усна)		20 бодови
	16.3	Активност и учество		20 бодови
17	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)
18	Услов за потпис и полагање на завршен испит		60% од вкупните поени на колоквиумите или испитот	
19	Јазик на кој се изведува наставата		Македонски или англиски јазик	
20	Метод на следење на квалитетот на наставата		Самоевалуација	

1.	Наслов на наставен предмет		Економска мисла и развој		
2.	Код		ЕС 123		
3.	Студиска програма		Маркетинг		
4.	Организатор на студиска програма (единица односно институт, катедра, оддел)		Факултет за економски науки		
5.	Степен (прв, втор, трет циклус)		Прв циклус		
6.	Академска година/семестар		1 / 2	7.	Број на ЕКТС кредити
					7
8.	Предуслови за запишување на предметот		Основи на економија, Математика		
9.	Цели на предметната програма (компетенции) : Цел на предметот е студентите да се стекнат со основни знаења за целите, моделите, факторите, мерењето, стратегиите и детерминантите со економскиот раст и развој				
10.	Содржина на предметната програма: Курсот е фундаментална економска дисциплина која во центарот на своето истражување ги има теоријата и практиката на економскиот развој. Во рамките на економскиот развој ќе учествуваат целите на развојот; класичните, егзогените и ендогените модели на економски раст и развој; факторитена раст (трудот, земјата, капиталот, техничкиот прогрес и знаењето) и нивното учество во растот; стратегиите и политиките на економскиот развој; мерењето на развојот преку БДП и општествено економските индикатори за развојот (PQLI, HDI, Gini) како и некои аспекти на меѓународното финансисрање на развојот				
11.	Метод на учење: Метод на студија на случаи, дискусија				
12.	Вкупен расположив фонд на време		210 часа		
13.	Распределба на расположивото време				
14.	Форми на наставни активности	14.1.	Предавања-теоретска настава		45 часа
		14.2.	Вежби (лабораториски, аудиториски), семинари, тимска работа		30 часа
15.	Други форми на активности	15.1.	Проектни задачи		45 часа
		15.2.	Самостојни задачи		45 часа
		15.3.	Домашно учење		45 часа
16.	Начин на оценување				
	16.1.	Тестови		60 бодови	
	16.2.	Семинарска работа/проект (презентација-писмена и усна)		20 бодови	
	16.3.	Активност и учество		20 бодови	

17 .	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)
18 .	Услов за потпис и полагање на завршен испит	60% од вкупните поени на колоквиумите или испитот	
19 .	Јазик на кој се изведува наставата	Македонски или англиски јазик	
20 .	Метод на следење на квалитетот на наставата	Самоевалуација	

ВТОРА ГОДИНА – ЗАДОЛЖИТЕЛНИ ПРЕДМЕТИ

1.	Наслов на наставниот предмет	Маркетинг			
2.	Код	MR211			
3.	Студиска програма	Маркетинг			
4.	Организатор на студиската програма (единица, односно институт, катедра, оддел)	Факултет за економски науки			
5.	Степен (прв, втор, трет циклус)	Прв циклус			
6.	Академска година / семестар	2 / 3	7.	Број на ЕКТС кредити	8
8.	Предуслови за запишување на предметот	Основи на економија			
9.	Цели на предметната програма (компетенции): Цел на курсот е студентите да се запознаат со основите на маркетингот, начините како функционира маркетингот на пазарот, како и располагање и правилно користење на инструментите на маркетингот.				
10	Содржина на предметната програма: Вовед во маркетингот (поим, дефинирање, развој, примена). Потрошувачката и купувањето на пазарот (пазар и сегментирање на пазарот, потреби, фактори на потрошувачката). Прибирање информации за донесување одлуки во маркетингот (истражување на пазарот, анализа на пазарот). Содржина на маркетингот (производ, дистрибуција, цени, промоција). Управување и раководење со маркетинг активностите (планирање, формулирање на политиката на маркетингот, улога, значење и цели на планирањето на маркетингот, стратегија на маркетинг активности, маркетинг одлуки, организација на маркетингот, контрола на маркетинг активностите). Оптимализација на инструментите на маркетингот. Маркетинг на услуги. Маркетинг во меѓународниот промет.				
11	Методи на учење: Метод на студија на случаи, дискусија				
12	Вкупен расположив фонд на време	240			
13	Распределба на расположивото време				
14	Форми на наставните активности	14.1	Предавања- теоретска настава	45 часа	
		14.2	Вежби (лабораториски, аудиториски), семинари, тимска работа	30 часа	
15	Други форми на активности	15.1	Проектни задачи	55 часа	
		15.2	Самостојни задачи	20 часа	

		15.3	Домашно учење	90 часа
16	Начин на оценување			
16.1	Тестови		60 бодови	
16.2	Семинарска работа/ проект (презентација: писмена и усна)		20 бодови	
16.3	Активност и учество		20 бодови	
17	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)
18	Услов за потпис и полагање на завршен испит		60% од вкупните поени на колоквиумите или испитот	
19	Јазик на кој се изведува наставата		Македонски јазик или англиски јазик	
20	Метод на следење на квалитетот на наставата		Самоевалуација	

1.	Наслов на наставниот предмет	Менаџмент		
2.	Код	ME211		
3.	Студиска програма	Маркетинг		
4.	Организатор на студиската програма (единица, односно институт, катедра, оддел)	Факултет за економски науки		
5.	Степен (прв, втор, трет циклус)	Прв циклус		
6.	Академска година / семестар	2/ 3	7. Број на ЕКТС кредити	8
8.	Предуслови за запишување на предметот	Менаџерска економија		
9.	Цели на предметната програма (компетенции): Овој наставен предмет, содржински е насочен да ги воведe студентите на едукативно рамниште на оспособеност за извршување на функциите на менаџментот.			
10	Содржина на предметната програма: Вовед во менаџментот; Теории на менаџмент; Делотворност – ефикасност на менџерите; Одлучување; Комуницирање; Планирање; Организирање; Водство - Лидерство – Раководење; Мотивација; Моќ и влијание; Деловна етика и социјална одговорност; Тимско работење; Контролирање; Претприемништво; Менаџмент на човечки ресурси; Сите наведени функции на менаџментот се темелат на општите теоретски практики на менаџмент, од циклусот на промени на Николј Кондратијев; Класичните теории на Фредерик Тејлор, Анри Фајол, Хенри Гант, Франк Голберт; Бихевиористичките теории на Елтон Мајо, Абрахам Маслов, Даглас Мек Грегор, Фредерик Херцберг; Емприската школа на Питер Дракер; Јапонскиот менаџмент на 7-S Mc Kinsey, Теоријата Z William Ouchi.			
11	Методи на учење: Метод на студија на случаи, дискусија			
12	Вкупен расположив фонд на време	240 часа		
13	Распределба на расположивото време			
14	Форми на наставните активности	14.1	Предавања- теоретска настава	45 часови
		14.2	Вежби (лабораториски, аудиториски), семинари, тимска работа	30 часови

15 .	Други форми на активности	15.1	Проектни задачи	55 часови
		15.2	Самостојни задачи	55 часови
		15.3	Домашно учење	55 часови
16 .	Начин на оценување			
	16.1	Тестови		60 бодови
	16.2	Семинарска работа/ проект (презентација: писмена и усна)		20 бодови
16.3	Активност и учество		20 бодови	
17 .	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)
18 .	Услов за потпис и полагање на завршен испит	60% од вкупните поени на колоквиумите или испитот		
19 .	Јазик на кој се изведува наставата	Македонски јазик или англиски јазик.		
20 .	Метод на следење на квалитетот на наставата	Самоевалуација		

1.	Наслов на наставниот предмет	Финансиско сметководство		
2.	Код	ЕС212		
3.	Студиска програма	Маркетинг		
4.	Организатор на студиската програма (единица, односно институт, катедра, оддел)	Факултет за економски науки		
5.	Степен (прв, втор, трет циклус)	Прв циклус		
6.	Академска година / семестар	2/3	7. Број на ЕКТС кредити	8
8.	Предуслови за запишување на предметот	Принципи на сметководство		
9.	<p>Цели на предметната програма (компетенции):</p> <p>Основна цел на предметот е студентите да се запознаат со современите поими од финансиското сметководство, да бидат способни за совладување на практичната анализа, евиденција и книжење на сметководствените трансакции. Овој наставен предмет за студентите треба да претставува чекор понапред во изучувањето на основните финансиски категории и примена на основните принципи, претпоставки, стандарди и законска регулатива во изработката на финансиските извештаи со општа намена. Изучување на посебни проблеми околу утврдување на расходите и приходите со цел рационално одлучување при алокација на трошоците, како и изучување на сметководствениот третман на ДДВ (данок на додадена вредност), а и на меѓународните сметководствени стандарди. Исто така оваа настава е неопходна за следење на понатамошните предмети во областа на финансиите, сметководството и ревизијата.</p>			
10	<p>Содржина на предметната програма:</p> <p>Општи поимања за финансиското сметководство. Сметководствени концепти и квалитативни карактеристики на сметководствените информации. Финансиски извештаи. Сметководствен циклус во деловните ентитети. Контен план. Постојани и тековни средства. Трошоци. Капитал и обврски. Приходи, расходи и финансиски резултат. Вонбилансна евиденција. Хармонизација на сметководствената практика.</p>			
11	<p>Методи на учење:</p> <p>Метод на студија на случаи, дискусија</p>			
12	Вкупен расположив фонд на време	240 часа		
13	Распределба на расположивото време			

14	Форми на наставните активности	14.1	Предавања- теоретска настава	45 часови
		14.2	Вежби (лабораториски, аудиториски), семинари, тимска работа	30 часови
15	Други форми на активности	15.1	Проектни задачи	55 часови
		15.2	Самостојни задачи	55 часови
		15.3	Домашно учење	55 часови
16	Начин на оценување			
	16.1	Тестови		60 бодови
	16.2	Семинарска работа/ проект (презентација: писмена и усна)		20 бодови
	16.3	Активност и учество		20 бодови
17	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)
18	Услов за потпис и полагање на завршен испит		60% од вкупните поени на колоквиумите или испитот	
19	Јазик на кој се изведува наставата		Македонски или англиски јазик	
20	Метод на следење на квалитетот на наставата		Самоевалуација	

1.	Наслов на наставниот предмет	Деловно планирање			
2.	Код	ME221			
3.	Студиска програма	Маркетинг			
4.	Организатор на студиската програма (единица, односно институт, катедра, оддел)	Факултет за економски науки			
5.	Степен (прв, втор, трет циклус)	Прв циклус			
6.	Академска година / семестар	2 / 4	7.	Број на ЕКТС кредити	8
8.	Предуслови за запишување на предметот	Менаџерска економија, Менаџмент			
9.	Цели на предметната програма (компетенции): Цел на предметот е студентите да се запознаат со деловното планирање.				
10	Содржина на предметната програма: . Карактерот и концепт на деловното планирање. Суштина, елементи, причини за експанзија, категории. Важност на планирањето (значење, потреба, распространетост и недостатоци). Модели на деловното планирање. Односот помеѓу планирањето и менаџментот. Производи на процесот на планирање. Цели (мисија, формулирање, значење, карактеристики). Деловна политика (дефиниција, карактеристики, класификација, подрачја на примена, потреба) и планот (дефиниција, карактеристики, класификација, видови, временски хоризонт и ревизија). Стратегиско и тактичко планирање. Предуслови за рационално планирање. Предвидување (економски хоризонт, претпоставки, избор на методи, предвидување и планирање, интуивени методи, статистички методи, квантитативни методи, проценување на предвидувањето). Методологија, организација, одлучување и методи на планирање. Тековно планирање. Суштина и подрачја на примена на деловното планирање.				
11	Методи на учење: . Метод на студија на случаи, дискусија				
12	Вкупен расположив фонд на време	240 часа			
13	Распределба на расположивото време				
14	Форми на наставните активности	14.1	Предавања- теоретска настава	45 часови	
		14.2	Вежби (лабораториски, аудиториски), семинари, тимска работа	30 часови	
15	Други форми на активности	15.1	Проектни задачи	40 часови	
		15.2	Самостојни задачи	25 часови	

		15.3	Домашно учење	100 часови
16	Начин на оценување			
16.1	Два колоквиума		60 бодови	
16.2	Стручен труд/ проект (презентација: писмена и усна)		20 бодови	
16.3	Присуство, активност и учество		20 бодови	
17	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)
18	Услов за потпис и полагање на завршен испит		60% од вкупните поени на колоквиумите или испитот	
19	Јазик на кој се изведува наставата		Македонски или англиски јазик	
20	Метод на следење на квалитетот на наставата		Самоевалуација	

1.	Наслов на наставниот предмет	Финансиски менаџмент			
2.	Код	МЕ 221			
3.	Студиска програма	Маркетинг			
4.	Организатор на студиската програма (единица, односно институт, катедра, оддел)	Факултет за економски науки			
5.	Степен (прв, втор, трет циклус)	Прв циклус			
6.	Академска година / семестар	2 / 4	7.	Број на ЕКТС кредити	8
8.	Предуслови за запишување на предметот	Основи на економија, Математика за бизнис, Трговско право			
9.	Цели на предметната програма (компетенции): Основна цел на овој предмет е да се стекнат теоретски и практични знаења од областа на финансискиот менаџмент. Базичен акцент ќе биде даден на осознавање на основните научни достигнувања кои се применуваат во современата светска инвестициона практика.				
10	Содржина на предметната програма: Финансискиот менаџмент, како специјална област на финансиите ги инкорпорира релевантните прашања од областа на финансиската структура, одданочувањето, условите и начинот при донесувањена конечни финансиски одлуки од страна на компанијата. Предметот опфаќа наставни содржини неопходни за студентите за совладување на финансиите, особено делот кој се однесува на нивното менаџирање во корпорациите. Содржините на предметот се фокусираат на совладување на концептот на временската димензија на парите, на детерминирање на односот помеѓу ризикот и приносот, на вреднувањето на хартиите од вредност и оценка и разбирање на финансиските деривати. Предметот е насочен кон анализа на финансиските извештаи, финансиската анализа и планирањето. Целокупната активност на претпријатието може да се претстави како збир на инвестициони, финансиски и оперативни активности и точно детерминирани средства и извори за нивно извршување. Крајна цел на сите активности е зголемувањето на вредноста на компанијата, односно зголемување на богатството на акционерите, што се прави преку проектирање и остварување на посакуван однос помеѓу приносот и ризикот и менаџирањето на средствата и изворите на капиталот. Финансискиот менаџмент дава одговор и предлог за употреба, односно за користење на средствата, обезбедување на извори за нивно финансирање, трошокот на капиталот, одлучувањето за распределбата на добивката, политиката на дивиденди, со што крајната цел станува остварлива.				
11	Методи на учење: Метод на студија на случаи, дискусија				
12	Вкупен расположив фонд на време	240 часа			

13	Распределба на расположивото време			
14	Форми на наставните активности	14.1	Предавања- теоретска настава	45 часови
		14.2	Вежби (лабораториски, аудиториски), семинари, тимска работа	30 часови
15	Други форми на активности	15.1	Проектни задачи	55 часови
		15.2	Самостојни задачи	55 часови
		15.3	Домашно учење	55 часови
16	Начин на оценување			
	16.1	Тестови		60 бодови
	16.2	Семинарска работа/ проект (презентација: писмена и усна)		20 бодови
	16.3	Активност и учество		20 бодови
17	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)
18	Услов за потпис и полагање на завршен испит		60% од вкупните поени на колоквиумите или испитот	
19	Јазик на кој се изведува наставата		Македонски или англиски јазик	
20	Метод на следење на квалитетот на наставата		Самоевалуација	

ВТОРА ГОДИНА - ИЗБОРНИ ФАКУЛТЕТСКИ ПРЕДМЕТИ

1.	Наслов на наставниот предмет	Монетарна економија			
2.	Код	ЕС214			
3.	Студиска програма	Маркетинг			
4.	Организатор на студиската програма (единица, односно институт, катедра, оддел)	Факултет за економски науки			
5.	Степен (прв, втор, трет циклус)	Прв циклус			
6.	Академска година / семестар	2/ 3	7.	Број на ЕКТС кредити	7
8.	Предуслови за запишување на предметот	Основи на економија			
9.	Цели на предметната програма (компетенции): Целта е студентите да се стекнат со знаења за мерките и инструментите на монетарната политика на Централната банка				
10	Содржина на предметната програма: <ul style="list-style-type: none"> - Монетарната економија како теорија, политика и практика; - Теоретски аспекти на парите и кредитот; - Монетарен и кредитен систем; - Основи на теоријата на монетарно - кредитната политика; - Инструменти на монетарно-кредитната политика; - Монетарни агрегати и монетарна рамнотежа и нерамнотежа; - Како и местото на монетарната политика во промовирањето на економскиот растеж и развој. 				
11	Методи на учење: Метод на студија на случаи, дискусија				
12	Вкупен расположив фонд на време	210 часа			
13	Распределба на расположивото време				
14	Форми на наставните активности	14.1	Предавања- теоретска настава	45 часови	
		14.2	Вежби (лабораториски, аудиториски), семинари, тимска работа	30 часови	
15	Други форми на активности	15.1	Проектни задачи	45 часови	
		15.2	Самостојни задачи	25 часови	
		16.3	Домашно учење	65 часови	

16	Начин на оценување		
.	16.1	Тестови	60 бодови
.	16.2	Семинарска работа/ проект (презентација: писмена и усна)	20 бодови
.	16.3	Активност и учество	20 бодови
17	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)
18	Услов за потпис и полагање на завршен испит	60% од вкупните поени на колоквиумите или испитот	
19	Јазик на кој се изведува наставата	Македонски јазик или англиски јазик	
20	Метод на следење на квалитетот на наставата	Самоевалуација	

1.	Наслов на наставниот предмет	Банкарство		
2.	Код	ЕС 214		
3.	Студиска програма	Маркетинг		
4.	Организатор на студиската програма (единица, односно институт, катедра, оддел)	Факултет за економски науки		
5.	Степен (прв, втор, трет циклус)	Прв циклус		
6.	Академска година / семестар	2 / 3	7. Број на ЕКТС кредити	7
8.	Предуслови за запишување на предметот	Основи на економија, Финансиски менаџмент		
9.	Цели на предметната програма (компетенции): Целта е студентите да се запознаат со банкарското работење, организирање и функционирање на банките.			
10.	Содржина на предметната програма: Карактеристики и структурата на банкарската индустрија, современи трендови во банкарството, функционирањето на различните видови на банки (комерцијални банки, инвестициони банки, универзални и приватни банки), начинот на кој банките ги антиципираат и намалуваат потенцијалните ризици. Посебен акцент е ставен на банкарските деловни политики, организационата поставеност на банките, корпоративното управување во банкарската индустрија и деловните активности на банките во зависност од видот на банката (депозитно – кредитни активности, инвестициони активности, исламско банкарство, работење со дебитно – кредитни картички, старателски услуги). Разработен е и концептот на CAMELS – индикатори со кои се мерат перформансите на банките и структурата на Базелските спогодби за детерминирање на адекватноста на капитал, транспарентност и супервизија на банките (Basel I, Basel II, Basel III).			
11.	Методи на учење: Метод на студија на случаи, дискусија			
12.	Вкупен расположив фонд на време	210 часа		
13.	Распределба на расположивото време			
14.	Форми на наставните активности	14.1	Предавања- теоретска настава	45 часови
		14.2	Вежби (лабораториски, аудиториски), семинари, тимска работа	30 часови

15 .	Други форми на активности		15.1	Проектни задачи	45 часови
			15.2	Самостојни задачи	45 часови
			15.3	Домашно учење	45 часови
16 .	Начин на оценување				
	16.1	Тестови			60 бодови
	16.2	Семинарска работа/ проект (презентација: писмена и усна)			20 бодови
16.3	Активност и учество			20 бодови	
17 .	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)	
18 .	Услов за потпис и полагање на завршен испит		60% од вкупните поени на колоквиумите или испитот		
19 .	Јазик на кој се изведува наставата		Македонски или англиски јазик		
20 .	Метод на следење на квалитетот на наставата		Самоевалуација		

1.	Наслов на наставниот предмет	Меѓународни финансии		
2.	Код	ЕС 214		
3.	Студиска програма	Маркетинг		
4.	Организатор на студиската програма (единица, односно институт, катедра, оддел)	Факултет за економски науки		
5.	Степен (прв, втор, трет циклус)	Прв циклус		
6.	Академска година / семестар	2 / 3	7. Број на ЕКТС кредити	7
8.	Предуслови за запишување на предметот	Финансиски менаџмент, Основи на економија		
9.	Цели на предметната програма (компетенции): Целта е студентите да се запознаат со структурата на глобалниот финансиски систем, карактеристиките на глобалниот монетарен систем и структурата на финансискиот пазар (девизен пазар, европазари, пазар за деривати, пазара на капитал: акции и обврзници).			
10.	Содржина на предметната програма: Меѓународните финансии како посебна дисциплина на финансиите ги вклучуваат следниве компоненти: <ul style="list-style-type: none"> - размена на валути и девизни трансакции, - меѓународно инвестирање на капитал, - меѓународно тргување и трансакции со финансиски инструменти, - институционална поставеност на меѓународниот монетарен систем и мфп - состојбата на билансот на плаќања и урамнотежување на билансот, - хеџирање со пазарни ризици, - проблематика поврзана со девизниот ризик, меѓународно оданочување, законска рамка и регулатива помеѓу земјите. Посебен акцент е ставен на меѓународниот проток на капитал со користење на дивергентни видови финансиски инструменти со цел да се генерира натпросечен принос и осигурување од постоечките пазарни ризици. Од клучно значење за секој рационален инвеститор е инкорпорирањето на сите расположливи информации при донесување на одлука за дадена инвестиција. За таа цел, еден дел од курсот е посветен за проблемите кои настануваат од асиметрични информации (спротивна селекција и морален ризик), улогата на финансиските посредници во намалувањето на проблемот со асиметрични информации и причини што можат да поттикнат криза (неизвесност, ценовно осцилирање и сл.) во банкарскиот и финансискиот сектор и процесот на хеџирање и шпекулирање со постоечките ризици.			
11.	Методи на учење: Метод на студија на случаи, дискусија			

12	Вкупен расположив фонд на време	210 часа		
13	Распределба на расположивото време			
14	Форми на наставните активности	14.1	Предавања- теоретска настава	45 часови
		14.2	Вежби (лабораториски, аудиториски), семинари, тимска работа	30 часови
15	Други форми на активности	15.1	Проектни задачи	40 часови
		15.2	Самостојни задачи	40 часови
		15.3	Домашно учење	55 часови
16	Начин на оценување			
	16.1	Тестови		60 бодови
	16.2	Семинарска работа/ проект (презентација: писмена и усна)		20 бодови
	16.3	Активност и учество		20 бодови
17	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)	
18	Услов за потпис и полагање на завршен испит	60% од вкупните поени на колоквиумите или испитот		
19	Јазик на кој се изведува наставата	Македонски или англиски јазик		
20	Метод на следење на квалитетот на наставата	Самоевалуација		

1.	Наслов на наставниот предмет	Транспорт и шпедиција			
2.	Код	ЕС214			
3.	Студиска програма	Маркетинг			
4.	Организатор на студиската програма (единица, односно институт, катедра, оддел)	Факултет за економски науки			
5.	Степен (прв, втор, трет циклус)	Прв циклус			
6.	Академска година / семестар	2/3	7.	Број на ЕКТС кредити	7
8.	Предуслови за запишување на предметот	Основи на економија			
9.	<p>Цели на предметната програма (компетенции):</p> <p>Основните постулати на предметот е студентите да се запознаат со основните видови и современи модели и техники кои се применуваат во меѓународниот транспорт, шпедиција и логистика. Во современата економска наука изучувањето на транспортната проблематика претставува реалност и неминовност со оглед на масовноста и употребата на транспортот во секојдневниот живот, како своевидна алка во процесот на производство, размена на стоките, услугите и капиталот во стопанствата во нашата држава или кај одделна земји.</p> <p>Опфатени се определени теоретски и методолошки знаења и искуства кои се неопходни за согледување на основните карактеристики во развојот на сообраќајниот систем кај нас и во светот. Меѓународниот транспорт претставува значајна стопанска дејност во системот на општествена репродукција, бидејќи без него не може да функционира системот на меѓународна размена. Современиот, ефикасен и рационално димензиониран сообраќај е основен услов за целосно функционирање на економскиот систем во секоја земја. Сепак, најзначајно место во анализата им е отстапено на новите промени и содржини во меѓународниот сообраќај, бидејќи тие го чинат јадрото на новите економски системи, кои овозможуваат одржување на виталноста на современата економска наука и за доаѓање до стандардни економски знаења.</p>				
10.	<p>Содржина на предметната програма:</p> <p>Поим и улога на сообраќајот како значајна стопанска дејност,</p> <p>Поим и економска улога на сообраќајот,</p> <p>Сообраќајот како посебна стопанска дејност,</p> <p>Улогата и значењето на сообраќајот во општествениот развој,</p> <p>Основни етапи во развојот на сообраќајната видови и класификацијата на сообраќајот,</p> <p>Значење на транспортната политика за земјите од ЕУ</p> <p>Надворешнотрговската размена во еу по видови на сообраќај,</p> <p>Постојни состојби на сообраќајната инфраструктура во Р. Македонија,</p> <p>Надворешнотрговската размена на Република Македонија по видови на сообраќај,</p> <p>Меѓународна шпедиција,</p> <p>Основни карактеристики на меѓународната шпедиција,</p> <p>Настанување и развој на шпедицијата,</p> <p>Општи поими во шпедицијата,</p> <p>Поими за шпедиција и шпедитер,</p>				

	<p>Функција на меѓународната шпедиција во надворешната трговија и меѓународниот транспорт, Значење на дејноста на шпедитерот во системот на општествената репродукција, транспортниот и надворешно-трговскиот систем, Правни извори за шпедицијата во Македонија, Стручни организации за меѓународна шпедиција, Документи на ФИАТА, Шпедитерски информациски систем Транспортни клаузули - incoterms (меѓународни трговски термини) Дефинирање на логистичките системи Како функционираат логистичките системи Процесирање на нарачка Управување со залихи Основни цели на логистичките системи Нови трендови во логистиката Логистички одлуки Структура на општиот логистички систем Мега логистички системи Глобално логистички системи Макрологистички системи Микрологистички системи Металогистички системи Интерлогистички системи Интралогистички системи Сервисно логистички системи Информатичко логистички системи</p>			
11	Методи на учење: Метод на студија на случаи, дискусија			
12	Вкупен расположив фонд на време	210 часа		
13	Распределба на расположивото време			
14	Форми на наставните активности	14.1.	Предавања- теоретска настава	45 часа
		14.2.	Вежби (лабораториски, аудиториски), семинари, тимска работа	30 часа
15	Други форми на активности	15.1.	Проектни задачи	40 часа
		15.2.	Самостојни задачи	40 часа
		15.3.	Домашно учење	55 часа
16	Начин на оценување			
	16.1	Тестови	60 бодови	

.	.		
.	16.2	Семинарска работа/ проект (презентација: писмена и усна)	20 бодови
.	16.3	Активност и учество	20 бодови
17	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)
18	Услов за потпис и полагање на завршен испит	60% од вкупните поени на колоквиумите или испитот	
19	Јазик на кој се изведува наставата	Македонски или англиски јазик	
20	Метод на следење на квалитетот на наставата	Самоевалуација	

1.	Наслов на наставниот предмет	Управување со промени			
2.	Код	ME223			
3.	Студиска програма	Маркетинг			
4.	Организатор на студиската програма (единица, односно институт, катедра, оддел)	Факултет за економски науки			
5.	Степен (прв, втор, трет циклус)	Прв циклус			
6.	Академска година / семестар	2/4	7	Број на ЕКТС кредити	7
8.	Предуслови за запишување на Предметот	Основи на менаџмент			
9.	Цели на предметната програма : Целта на курсот е студентите да се подготват за деловниот свет кој континуирано се променува и адаптира на промените кои се случуваат на локално, регионално и меѓународно ниво. Современото деловно окружување бара од организацијата и нејзините вработени континуирано да го менуваат својот пристап кон истото и начинот на кој ги извршуваат своите работни активности и задачи. Според тоа, најуспешни претпријатија се оние кои најбрзо и најлесно се адаптираат на пазарните промени. Поради сето ова, студентите мораат да се подготват за постојано менување на ставовите, сфаќањата и начинот на однесување врз основа на забележаните сигнали од пазарот .				
10.	Содржина на предметната програма: Предмет на елаборација се: природа на организациските промени, видови на организациски промени, потреба за промени и идентификација на факторите кои ги предизвикуваат промените, процес на воведување промена, улоги и одговорности во процесот на промена, справување со отпорот на промени, поим и дефинирање на менаџментот на промени.				
11.	Методи на учење: Метод на студија на случаи, дискусија				
12.	Вкупен расположив фонд на време	210 часа			
13.	Распределба на расположивото време				
14.	Форми на наставните Активности	14. 1.	Предавања- теоретска настава	45 часови	
		14. 2.	Вежби (лабораториски, аудиториски) , семинари, тимска работа	30 часови	
15.	Други форми на активности	15. 1.	Проектни задачи	45 часови	
		15. 2.	Самостојни задачи	4 5 часови	

		15. 3.	Домашно учење	4 5 часови
16.	Начин на оценување			
	16. 1.	Тестови		60 бодови
	16. 2.	Семинарска работа/ проект (презентација: писмена и усна)		20 бодови
	16. 3.	Активност и учество		20 бодови
17.	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)
18.	Услов за потпис и полагање на завршен испит		60% од вкупните поени на колоквиумите или испитот	
19.	Јазик на кој се изведува наставата		Македонски јазик или англиски јазик.	
20.	Метод на следење на квалитетот на наставата		Самоевалуација	

1.	Наслов на наставниот предмет	Стратегиски менаџмент			
2.	Код	ME223			
3.	Студиска програма	Маркетинг			
4.	Организатор на студиската програма (единица, односно институт, катедра, оддел)	Факултет за економски науки			
5.	Степен (прв, втор, трет циклус)	Прв циклус			
6.	Академска година / семестар	2/4	7.	Број на ЕКТС кредити	7
8.	Предуслови за запишување на предметот	Менаџмент			
9.	Цели на предметната програма (компетенции): Студентите да се запознаат со стратегискиот менаџмент како процес.				
10.	Содржина на предметната програма: Содржината на предметот стратегиски менаџмент ги опфаќа основите на стратегискиот менаџмент, вклучувајќи го стратегиското планирање и донесувањето одлуки за идното работење и однесување, со цел да се остварат промени, (развивање на стратегија и нејзино спроведување, оценување или вреднување), како и водење на работите од стратегиско значење, преку трите елементи: стратегискоко анализирање, формулирање на стратегија и спроведување на стратегијата. Опфатот на материјата е проширен на изучување на екстерното окружување (сегменти на општото окружување, структурна анализа на дејноста, анализа на конкурентите) и интерното окружување (функционална анализа, анализа на вредностите, PIMS и SWOT анализа).				
11.	Методи на учење: Метод на студија на случаи, дискусија				
12.	Вкупен расположив фонд на време	210 часа			
13.	Распределба на расположивото време				
14.	Форми на наставните Активности	14.1.	Предавања- теоретска настава	45 часови	
		14.2.	Вежби (лабораториски, аудиториски), тимска работа	30 часови	
15.	Други форми на активности	15.1.	Проектни задачи	45 часови	
		15.2.	Самостојни задачи	45 часови	
		15.3.	Домашно учење	45 часови	
16.	Начин на оценување: Континуирано , етапно и сумативно оценување, при што се користи писмено и усмено оценување.				

	16.1	Тестови	60 бодови
	16.2	Стручен труд/ проект (презентација: писмена и усна)	20 бодови
	16.3	Активност и учество	20 бодови
17	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)
18	Услов за потпис и полагање на завршен испит	60% од вкупните поени на колоквиумите или испитот	
19	Јазик на кој се изведува наставата	Македонски или англиски јазик	
20	Метод на следење на квалитетот на наставата	Самоевалуација	

1.	Наслов на предметот	Операциони истражувања			
2.	Код	ЕС223			
3.	Студиска програма	Маркетинг			
4.	Организатор на студиската програма (единица, односно институт, катедра, оддел)	Факултет за економски науки			
5.	Степен (прв, втор, трет циклус)	Прв циклус			
6.	Академска година / семестар	2 / 4	7.	Број на ЕКТС кредити	7.
8.	Предуслови за запишување на предметот	Core – Клучни предмети: Математика и Статистика			
9.	Цели на предметната програма (компетенции): Изучувањето на наставната програма по предметот Операциони истражување има за цел да им помогне на студентите да го осознаат значењето, суштината и техниката на мрежно планирање и управување. Ако се знае дека субјективните оценки во процесот на одлучување често негативно се манифестираат врз успехот од деловното работење, оправдано е во услови на сложени општествени движења да се изнајдуваат нови методи за примена на погизактни техники на планирање и управување и сведување на секој деловен ризик на минимум.				
10.	Содржина на предметната програма: По завршувањето на наставата студентите треба да бидат способни во практика да ги аплицираат здобиените теоретските сознанија за техниките и методи на мрежното планирање. Содржината на предметот е фокусирана на следните тематски содржини: <ul style="list-style-type: none"> – Дефинирање, значење и улога на мрежното планирање, – Модели на техничкото планирање, – Чекори во мрежното планирање, – Подрачја на примена на операционите истражувања, – Методи за ефикасна изведба на проекти, – Техники на мрежно планирање, – Нумерирање на мрежен дијаграм, – Метода на критичен пат – СРМ, – Метода за оценка и равизија на програм - PERT и – Метода на анализа на трошоци PERT COST. 				
11.	Методи на учење: Метод на студија на случаи, дискусија				
12.	Вкупен расположив фонд на време	210 часа			
13.	Распределба на расположивото време				

14 .	Форми на наставните активности	14.1.	Предавања- теоретска настава	45 часови
		14.2.	Вежби (лабораториски, аудиториски), семинари, тимска работа	30 часови
15 .	Други форми на активности	15.1.	Проектни задачи	45 часови
		15.2.	Самостојни задачи	45 часови
		15.3.	Домашно учење	45 часови
16 .	Начин на оценување			
	16.1.	Тестови		60 бодови
	16.2.	Семинарска работа/ проект (презентација: писмена и усна)		20 бодови
	16.3.	Активност и учество		20 бодови
17 .	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)
18 .	Услов за потпис и полагање на завршен испит		60% од вкупните поени на колоквиумите или испитот	
19 .	Јазик на кој се изведува наставата		Македонски јазик или англиски јазик	
20 .	Метод на следење на квалитетот на наставата		Самоевалуација	

ТРЕТА ГОДИНА - ЗАДОЛЖИТЕЛНИ ПРЕДМЕТИ

1.	Наслов на наставниот предмет	Меѓународна трговија			
2.	Код	ЕС 311			
3.	Студиска програма	Маркетинг			
4.	Организатор на студиската програма (единица, односно институт, катедра, оддел)	Факултет за економски науки			
5.	Степен (прв, втор, трет циклус)	Прв циклус			
6.	Академска година / семестар	3/5	7	Број на ЕКТС кредити	8
8.	Предуслови за запишување на предметот	Основи на економија			
9.	Цели на предметната програма: Да ги познаваат специфичностите на инструментите на надворешно-трговскиот систем, девизниот систем. Да ги запознаат главните компоненти на билансот на плаќањата и факторите кои влијаат на платнобилансните движења;				
10.	Содржина на предметната програма: Се изучуваат теориските основи на меѓународната трговија и надворешно трговската политика, се запознаваат со основните принципи на СТО како столб на современиот мултилатерален трговски систем, улогата на царините и нецаринските бариери и правилата за нивна примена, либерализацијата на надворешната трговија, трговијата со земјоделски производи, информатичка технологија, услугите, антидампнигот, решавањето на спорови во СТО, Посебен дел е посветен на анализата на регионализмот наспроти глобализацијата на економските текови и Европската Унија како економска регионална интеграција. Се изучуваат основите на девизниот систем и политика, елементите на надворешно-трговскиот биланс, платниот биланс. Дел од програмат е и изучување на надворешнотрговски систем и надворешнотрговска политика на Република Македонија, Девизниот систем и девизна политика на Република Македонија, како и карактеристики на надворешнотрговската размена на Република Македонија				
11.	Методи на учење: Метод на студија на случаи, дискусија				
12.	Вкупен расположив фонд на време	240 часови			
13.	Распределба на расположивото време				
14.	Форми на наставните активности	14.1.	Предавања-теоретска настава	45 часови	
		14.2.	Вежби (лабораториски, аудиториски), тимска работа	30 часови	

15.	Други форми на активности	15. 1.	Проектни задачи	55 часови
		15. 2.	Самостојни задачи	20 часови
		15. 3.	Домашно учење	90 часови
16.	Начин на оценување			
	1 6 . 1 .	Тестови		60 бодови
	1 6 . 2 .	Семинарска работа/ проект (презентација: писмена и усна)		20 бодови
	1 6 . 3 .	Активност и учество		20 бодови
17.	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)
18.	Услов за потпис и полагање на завршен испит	60% од вкупните поени на колоквиумите или испитот		
19.	Јазик на кој се изведува наставата	Македонски јазик или англиски јазик		
20.	Метод на следење на квалитетот на наставата	Самоевалуација		

1.	Наслов на наставниот предмет	Менаџмент на човечки ресурси			
2.	Код	МЕ311			
3.	Студиска програма	Маркетинг			
4.	Организатор на студиската програма (единица, односно институт, катедра, оддел)	Факултет за економски науки			
5.	Степен (прв, втор, трет циклус)	Прв циклус			
6.	Академска година / семестар	3/5	7	Број на ЕКТС кредити	8
8.	Предуслови за запишување на предметот	Менаџерска економија, Основи на менаџмент			
9.	Цели на предметната програма: Целта на овој предмет е студентите да ги осознаат и да управуваат со можностите за креирање и развој на институционалните услови потребни за развој на човечките потенцијали. Предметот ќе им овозможи на студентите усвојување на знаењето и содржината на управувањето со човечките потенцијали од аспект на создавање услови за реализација на стратешките цели на организацијата и државата. Студентите ќе се оспособат за креативен пристап при управувањето и развојот на човечките потенцијали во секоја организација.				
10.	Содржина на предметната програма: Природата на менаџментот на човечки ресурси; Обезбедување на најдобри работници; Анализа на работно место; Планирање на човечки ресурси; Информативне систем на човечки ресурси; Регрутирање; Селекција; Усовршување на човечки ресурси; Обука и тренинг на вработени; Менаџмент на кариерата; Усовршување на квалитетот на животот на вработените; Конфликти; Тимови и тимска работа; Наградување на вработените; Компензации и бенефиции на работно место; Оценка на перформансите на вработените; Меѓународни димензии на Менаџмент на човечки ресурси;				
11.	Методи на учење: Метод на студија на случаи, дискусија				
12.	Вкупен расположив фонд на време	240 часа			
13.	Распределба на расположивото време				
14.	Форми на наставните активности	14.1.	Предавања-теоретска настава	45 часови	
		14.2.	Вежби (лабораториски, аудиториски), семинари, тимска работа	30 часови	

15.	Други форми на активности	15. 1.	Проектни задачи	55 часови
		15. 2.	Самостојни задачи	55 часови
		15. 3.	Домашно учење	55 часови
16.	Начин на оценување			
	16. 1.	Тестови		60 бодови
	16. 2.	Семинарска работа/ проект (презентација: писмена и усна)		20 бодови
16. 3.	Активност и учество		20 бодови	
17.	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)
18.	Услов за потпис и полагање на завршен испит	60% од вкупните поени на колоквиумите или испитот		
19.	Јазик на кој се изведува наставата	Македонски јазик или англиски јазик.		
20.	Метод на следење на квалитетот на наставата	Самоевалуација		

1.	Наслов на наставниот предмет	Однесување на потрошувачите			
2.	Код	MR311			
3.	Студиска програма	Маркетинг			
4.	Организатор на студиската програма (единица, односно институт, катедра, оддел)	Факултет за економски науки			
5.	Степен (прв, втор, трет циклус)	Прв циклус			
6.	Академска година/семестар	3 / 5	7	Број на ЕКТС кредити	8
8.	Предуслови за запишување на предметот	Маркетинг			
9.	Цели на предметната програма (компетенции): Целта на програмата е студентите подетално да се запознаат со проблематиката на однесување на потрошувачите. Да ги разберат теориите и моделите за однесување на потрошувачите, да можат да го објаснат процесот на донесување на одлуки кај потрошувачите и да го сфатат движењето на потрошувачите-конзумеризам.				
10.	Содржина на предметната програма: Намерата на наставата по предметот е студентите да се запознаат со потрошувачот како индивидуална личност, но и како личност која дели слични карактеристики со останатите потрошувачи и функционираат како група. Во таа насока студентите треба да се здобијат со знаења за различните аспекти на однесувањето на потрошувачите, да можат да го разберат процесот на донесување одлука за купување, да ги разберат моделите за објаснување на однесувањето на потрошувачите и да можат истите да ги применат во практиката во насока на зголемување на успехот на претпријатието, како на домашниот, така и на надворешниот пазар, односно за зголемување на продажбата, а исто така и да ги дознаат своите права како потрошувачи, односно да се здобијат со продлабочени знаења за конзумеризмот.				
11.	Методи на учење: Метод на студија на случаи, дискусија				
12.	Вкупен расположив фонд на време	240 часа			
13.	Распределба на расположивото време				
14.	Форми на наставните	14.1.	Предавања-теоретска настава	45 часови	

	активности	14. 2.	Вежби (лабораториски, аудиториски), семинари , тимска работа	30 часови
15.	Други форми на активности	15. 1.	Проектни задачи	55 часови
		15. 2.	Самостојни задачи	55 часови
		15. 3.	Домашно учење	55 часови
16.	Начин на оценување Континуирано или збирно оценување, при што ќе се користи писменото оценување			
	16. 1.	Тестови		60 бодови
	16. 2.	Семинарска работа /проект (презентација: писмена и усна)		20 бодови
	16. 3.	Активност и учество		20 бодови
17.	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)
18.	Услов за потпис и полагање на завршен испит	60% од вкупните поени на колоквиумите или испитот		
19.	Јазик на кој сеи звездува наставата	Македонски или англиски јазик		
20.	Метод на следење на квалитетот на наставата	Самоевалуација		
1.	Наслов на наставниот предмет	Маркетинг истражување		
2.	Код	MR321		
3.	Студиска програма	Маркетинг		
4.	Организатор на студиската програма (единица, односно институт, катедра, оддел)	Факултет за економски науки		
5.	Степен (прв, втор, трет циклус)	Прв циклус		

6.	Академска година / семестар	3/6	7.	Број на ЕКТС кредити	8
8.	Предуслови за запишување на предметот	Деловно комуницирање, Основи на маркетинг			
9.	Цели на предметната програма (компетенции): Целта е студентите да се запознаат со процесот на маркетинг истражување, маркетинг информациониот систем и меѓународното маркетинг истражување				
10.	Содржина на предметната програма: Дефинирање на поимот маркетинг истражување и неговото значење во деловното одлучување. Однос помеѓу маркетинг истражување и маркетинг информационален систем. Елементи на маркетинг информациониот систем – интерни податоци, маркетинг истражување и маркетинг разузнавање. Односи помеѓу маркетинг истражувачот и маркетинг менаџерот. Постапка на маркетинг истражување, истражувачки процес. Фази во процесот на маркетинг истражување: дефинирање на проблемот, поставување хипотези, прибирање на податоци, анализа и обработка на податоци, извештај и донесување одлуки врз основа на маркетинг истражување. Маркетинг разузнавање (интелигенција) како процес на собирање податоци за маркетинг околината и конкуренцијата. Истражување на потреби, потрошувачи и елементите на маркетинг миксот (производи, цена, промоција, дистрибуција), истражување на конкуренција, сегментација на пазар. Применето маркетинг истражување. Меѓународно маркетинг истражување.				
11.	Методи на учење: Метод на студија на случаи, дискусија				
12.	Вкупен расположив фонд на време	240			
13.	Распределба на расположивото време				
14.	Форми на наставните активности	14.1	Предавања- теоретска настава	45 часови	
		14.2	Вежби (лабораториски, аудиториски), семинари, тимска работа	30 часови	
15.	Други форми на активности	15.1	Проектни задачи	55 часови	
		15.2	Самостојни задачи	55 часови	
		15.3	Домашно учење	55 часови	
16.	Начин на оценување				
	16.1	Тестови		60 бодови	
	16.2	Семинарска работа/ проект (презентација: писмена и усна)		20 бодови	
	16.3	Активност и учество		20 бодови	

	.		
17.	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)
18.	Услов за потпис и полагање на завршен испит	60% од вкупните поени на колоквиумите или испитот	
19.	Јазик на кој се изведува наставата	Македонски или англиски јазик	
20.	Метод на следење на квалитетот на наставата	Самоевалуација	

1.	Наслов на наставниот предмет	Управување со производ			
2.	Код	MR322			
3.	Студиска програма	Маркетинг			
4.	Организатор на студиската програма (единица, односно институт, катедра, оддел)	Факултет за економски науки			
5.	Степен (прв, втор, трет циклус)	Прв циклус			
6.	Академска година / семестар	3 / 6	7.	Број на ЕКТС кредити	8
8.	Предуслови за запишување на предметот	Маркетинг истражување, Основи на маркетинг			
9.	Цели на предметната програма (компетенции): Цел на курсот е студентите да се запознаат со управувањето со производот.				
10.	Содржина на предметната програма: Улогата на маркетингот во современите претпријатија: суштина на концепцијата на маркетингот, содржина на управувањето со маркетингот на производот. Животен циклус на производот, стратегии за развој на нови производи, позиционирање на производот. Ориентација на претпријатието кон пазарот, стратешкото планирање и процесот со маркетингот на производот: прилагодување на претпријатието на изменетата околина. Процес на стратешко планирање на маркетингот на производот, процес на управување на маркетингот. Процес на маркетинг планирање: развој на деловните планирање, програма и содржина на планот на маркетингот, алокација на маркетинг средствата. Маркетинг стратегија, маркетинг стратегија зависно од положбата на претпријатието на пазарот, маркетинг стратегија во посебни услови, маркетинг стратегија за глобален пазар. Планирање на маркетинг тактика, организација на маркетингот и контрола на маркетинг активностите.				
11.	Методи на учење: Метод на студија на случаи, дискусија				
12.	Вкупен расположив фонд на време	240 часа			
13.	Распределба на расположивото време				
14.	Форми на наставните активности	14.1	Предавања- теоретска настава	45 часови	
		14.2	Вежби (лабораториски, аудиториски), семинари, тимска работа	30 часови	
15.	Други форми на активности	15.1	Проектни задачи	55 часови	
		15.2	Самостојни задачи	55 часови	

		15.3	Домашно учење	55 часови
16.	Начин на оценување			
16.1.	Тестови			60 бодови
16.2.	Семинарска работа/ проект (презентација: писмена и усна)			20 бодови
16.3.	Активност и учество			20 бодови
17.	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)
18.	Услов за потпис и полагање на завршен испит		60% од вкупните поени на колоквиумите или испитот	
19.	Јазик на кој се изведува наставата		Македонски или англиски јазик	
20.	Метод на следење на квалитетот на наставата		Самоевалуација	

ТРЕТА ГОДИНА – ИЗБОРНИ ПРЕДМЕТИ

1.	Наслов на наставниот предмет	Маркетинг менаџмент			
2.	Код	МЕЗ14			
3.	Студиска програма	Маркетинг			
4.	Организатор на студиската програма (единица, односно институт, катедра, оддел)	Факултет за економски науки			
5.	Степен (прв, втор, трет циклус)	Прв циклус			
6.	Академска година / семестар	3/5	7	Број на ЕКТС кредити	7
8.	Предуслови за запишување на предметот	Основи на маркетинг			
9.	Цели на предметната програма (компетенции): Со изучување на овој предмет студентите треба да се стекнат со знаење во врска со управувањето и раководењето со маркетинг активностите; составување на маркетинг план, совладување на маркетинг стратегиите и истите да можат да ги имплементираат во практиката; комбинирање и интегрирање на инструментите на маркетингот, односно производот, дистрибуцијата, промоцијата и цените; да помогнат претпријатието да постигне успех во настапот на странските пазари исто толку успешно како и во настапот на домашниот пазар				
10.	Содржина на предметната програма: Намерата на наставата по предметот е да се запознаат студентите со маркетинг менаџмент концепцијата во работењето на стопанските и нестопанските субјекти и како истата функционира во практиката. Во таа смисла е и потребата студентите да добијат пошироки знаења за микро и макро околината во која делува претпријатието, одговор за прашањата и проблемите на управувањето и раководењето со маркетинг активностите, нивната организација, за можностите на маркетинг стратегиите, како и со прашањата околу маркетинг контролата. Сето ова се разгледува низ четирите инструменти на маркетингот: производот, цената, дистрибуцијата и промоцијата.				
11.	Методи на учење: Метод на студија на случаи, дискусија				
12.	Вкупен расположив фонд на време	210 часа			
13.	Распределба на расположивото време				
14.	Форми на наставните активности	14.1.	Предавања-теоретска настава	45 часови	
		14.2.	Вежби (лабораториски, аудиториски), семинари, тимска работа	30 часови	

15.	Други форми на активности	15. 1.	Проектни задачи	45 часови
		15. 2.	Самостојни задачи	45 часови
		15. 3.	Домашно учење	45 часови
16.	Начин на оценување Континуирано или збирно оценување, при што ќе се користи писменото оценување			
	16. 1.	Тестови		60 бодови
	16. 2.	Семинарска работа/ проект (презентација: писмена и усна)		20 бодови
	16. 3.	Активност и учество		20 бодови
17.	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)
18.	Услов за потпис и полагање на завршен испит		60% од вкупните поени на колоквиумите или испитот	
19.	Јазик на кој се изведува наставата		Македонски или англиски јазик	
20.	Метод на евалуација		Самоевалуација	

1.	Наслов на наставен предмет	Меѓународни економски односи		
2.	Код	ЕС314		
3.	Студиска програма	Маркетинг		
4.	Организатор на студиска програма (единица односно институт, катедра, оддел)	Факултет за економски науки		
5.	Степен (прв, втор, трет циклус)	Прв циклус		
6.	Академска година/семестар	3/5	7.	Број на ЕКТС кредити
				7
8.	Предуслови за запишување на предметот	Меѓународна трговија		
9.	Цели на предметната програма (компетенции) : Целта на програмата е на јасен достапен и прифатлив начин студентите да се запознаат со предметот, методите и целите на меѓународните економски односи. Воедно преку актуелни практични примери ќе им се развива аналитичката способност за осознавање на меѓународните економски односи			
10.	Содржина на предметната програма: <ul style="list-style-type: none"> - Меѓународни институции и нивна улога во регулирање на светската економија - Текови на светската трговија со стоки и услуги - Глобализација на светската економија - Регионалната економска интеграција како дел од глобалните трендови - Улогата на мултинационалните корпорации во светската економија - Улогата на мултинационалните корпорации во економскиот развој на националните држави - Детерминанти во тековите на странските инвестиции - Политики на државите за привлекување на директни странски инвестиции - Политики на државите кои водат кон поголемо интегрирање во светската економија - Анализа на актуелните случувања во светската економија 			
11.	Метод на учење: Метод на студија на случаи, дискусија			
12.	Вкупен расположив фонд на време	210 часа		
13.	Распределба на расположивото време			
14.	Форми на наставни активности	14.1.	Предавања-теоретска настава	45 часа
		14.2.	Вежби (лабораториски, аудиториски), семинари, тимска работа	30 часа
15.	Други форми на активности	15.1.	Проектни задачи	55 часа
		15.2.	Самостојни задачи	25 часа
		15.3.	Домашно учење	55 часа

	Начин на оценување		
16	16.1	Тестови	60 бодови
	16.2	Семинарска работа/проект (презентација-писмена и усна)	20 бодови
	16.3	Активност и учество	20 бодови
17	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)
18	Услов за потпис и полагање на завршен испит	60% од вкупните поени на колоквиумите или испитот	
19	Јазик на кој се изведува наставата	Македонски или англиски јазик	
20	Метод на следење на квалитетот на наставата	Самоевалуација	

1.	Наслов на наставен предмет	Лидерство		
2.	Код	ME323		
3.	Студиска програма	Маркетинг		
4.	Организатор на студиска програма (единица односно институт, катедра, оддел)	Факултет за економски науки		
5.	Степен (прв, втор, трет циклус)	Прв циклус		
6.	Академска година/семестар	3 / 5	7	Број на ЕКТС кредити 7
8.	Предуслови за запишување на предметот	Менаџмент, Деловно планирање		
9.	<p>Цели на предметната програма (компетенции) :</p> <p>Целта на курсот е студентите да го осознаат лидерството, како современ феномен на организационите науки, чиј концепт ќе им овозможи на студентите усвојување на знаења од оваа област. Успехот на една организација во најголема мера зависи од квалитетот на лидерството и менаџментот на сите нивоа во неа. Способност да се водат луѓето и процесите е гаранција дека било кои предизвици и ситуации низ кои ќе помине организацијата ќе бидат надминати на најефикасен начин. Вложувањето во развојот на клучниот раководен кадар е вложување во иднината на компанијата. Сите овие аспекти се насочени во правец на утврдување на детерминантите на ефикасноста на лидерството, кои понатаму студентите преку стекнување релевантни знаења и вештини кои успешно ќе ги применат во праксата.</p>			
10.	<p>Содржина на предметната програма:</p> <p>Лидерството како предмет од организационите науки го опфаќа делот од менаџментот посветен на организационото однесување на лидерите, во рамките на компаниите, кои се најзначајни носители на современото општество. Истиот е претставен преку појавните форми на управување, детерминирање на карактеристиките на лидерот и видовите лидерство, разработката на теориите за лидерство и различните стојалишта на претставниците на бихевиористичките теории, посебните стилови на лидерство и предизвиците на современиот модел на лидерство.</p>			
11.	<p>Метод на учење:</p> <p>Метод на студија на случаи, дискусија</p>			
12.	Вкупен расположив фонд на време	210 часа		
13.	Распределба на расположивото време			
14.	Форми на наставни активности	14.1.	Предавања-теоретска настава	45 часа
		14.2.	Вежби (лабораториски, аудиториски), семинари, тимска работа	30 часа
15.	Други форми на активности	15.1.	Проектни задачи	30 часа
		15.2.	Самостојни задачи	30 часа
		15.3.	Домашно учење	75 часа

		Начин на оценување		
16	16.1	Тестови	60 бодови	
	16.2	Семинарска работа/проект (презентација-писмена и усна)	20 бодови	
	16.3	Активност и учество	20 бодови	
17	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)
18	Услов за потпис и полагање на завршен испит	60% од вкупните поени на колоквиумите или испитот		
19	Јазик на кој се изведува наставата	Македонски или англиски јазик		
20	Метод на следење на квалитетот на наставата	Самоевалуација		

1.	Наслов на наставен предмет		Девизна политика		
2.	Код		ЕС 314		
3.	Студиска програма		Маркетинг		
4.	Организатор на студиска програма (единица односно институт, катедра, оддел)		Факултет за економски науки		
5.	Степен (прв, втор, трет циклус)		Прв циклус		
6.	Академска година/семестар		3/5	7.	Број на ЕКТС кредити
					7
8.	Предуслови за запишување на предметот		Основи на економија, Меѓународни финансии, Финансиски пазар и институции, Монетарна економија		
9.	Цели на предметната програма (компетенции) : Преку предметот студентите треба да го запознаат поимот и целите на девизната политика, девизниот систем и девизното работење, валутите и валутните системи, паритетот на валутите и начинот на нивното управување, проблематиката на девизните курсеви, како и основите според кои се детерминираат интервалутарните односи.				
10.	Содржина на предметната програма: Девизната политика, како специјална област на финансиитеги инкорпорира релевантните прашања од областа на девизниот систем и девизното работење и претставува интегрален дел на економската политика. Девизната политика го опфаќа изучувањето на девизното работење во современото глобално окружување, мерките што државата ги презема во областа на односите ба плаќањата со странство, во областа на одржувањето на интервалутарната вредност на домашната валута (одржувањето на валутниот, односно девизниот курс), во областа на перманентното реализирање на финансиските текови (внатрешни и надворешни) и одржувањето на рамнотежа во тековниот биланс на плаќања.				
11.	Метод на учење: Метод на студија на случаи, дискусија				
12.	Вкупен расположив фонд на време		210 часа		
13.	Распределба ба расположивото време				
14.	Форми на наставни активности	15.1.	Предавања-теоретска настава		45 часа
		15.2.	Вежби (лабораториски, аудиториски), семинари, тимска работа		30 часа
15.	Други форми на активности	16.1.	Проектни задачи		35 часа
		16.2.	Самостојни задачи		50 часа
		16.3.	Домашно учење		50 часа
16.	Начин на оценување				60 бодови
	17.1	Тестови			

	17.2 .	Семинарска работа/проект (презентација-писмена и усна)	20 бодови
	17.3 .	Активност и учество	20 бодови
17.	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)
18.	Услов за потпис и полагање на завршен испит	60% од вкупните поени на колоквиумите или испитот	
19.	Јазик на кој се изведува наставата	Македонски или англиски јазик	
20.	Метод на следење на квалитетот на наставата	Самоевалуација	

1.	Наслов на наставен предмет	Меѓународен маркетинг		
2.	Код	MR314		
3.	Студиска програма	Маркетинг		
4.	Организатор на студиска програма (единица односно институт, катедра, оддел)	Факултет за економски науки		
5.	Степен (прв, втор, трет циклус)	Прв циклус		
6.	Академска година/семестар	3/5	7. Број на ЕКТС кредити	7
8.	Предуслови за запишување на предметот	Основи на маркетинг		
9.	Цели на предметната програма (компетенции) : Цел на курсот е студентите да се запознаат со меѓународниот маркетинг менаџмент.			
10.	Содржина на предметната програма: Концепција на меѓународниот маркетинг. Анализа на меѓународниот маркетинг. Дефинирање на меѓународниот маркетинг. Човекот - личност во меѓународниот маркетинг. Типологија на фирмите. Типологија на држави. Концепции на меѓународниот маркетинг. Анализа на системот на меѓународниот маркетинг. Анализа на процесот на меѓународниот маркетинг. Истражување во меѓународниот маркетинг. Стратегија на влегување на странски пазар. Влегување на странски пазар - извоз на стока. Влегување на странски пазар - извоз на системи. Влегување на странски пазар – пренос на производство во странство без вложување капитал. Влегување на странски пазар - пренос на производство со вложување на капитал. Политика на производ. Политика на дистрибуција на производ. Политика на комуницирање во странство (промоција). Политика на цена. Меѓународен маркетинг микс. Организација и управување. Организација на управувањето со ММ активности. Организација на оперативните служби на ММ. Кој може да биде меѓународен маркетер (лични и професионални квалитети).			
11.	Метод на учење: Метод на студија на случаи, дискусија			
12.	Вкупен расположив фонд на време	210 часа		
13.	Распределба ба расположивото време			
14.	Форми на наставни активности	14.1.	Предавања-теоретска настава	45 часа
		14.2.	Вежби (лабораториски, аудиториски), семинари, тимска работа	30 часа
15.	Други форми на активности	15.1.	Проектни задачи	45 часа
		15.2.	Самостојни задачи	45 часа
		15.3.	Домашно учење	45 часа
16.	Начин на оценување			

.	16.1	Тестови	60 бодови
	16.2	Семинарска работа/проект (презентација-писмена и усна)	20 бодови
	16.3	Активност и учество	20 бодови
17	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)
18	Услов за потпис и полагање на завршен испит	60% од вкупните поени на колоквиумите или испитот	
19	Јазик на кој се изведува наставата	Македонски или англиски јазик	
20	Метод на следење на квалитетот на наставата	Самоевалуација	

1.	Наслов на наставен предмет	Банкарски сметководствен систем		
2.	Код	ЕС 314		
3.	Студиска програма	Маркетинг		
4.	Организатор на студиска програма (единица односно институт, катедра, оддел)	Факултет за економски науки		
5.	Степен (прв, втор, трет циклус)	Прв циклус		
6.	Академска година/семестар	3/5	7. Број на ЕКТС кредити	7
8.	Предуслови за запишување на предметот	Принципи на сметководство, Финансиско сметководство		
9.	Цели на предметната програма (компетенции) : Цел на курсот е студентите да се запознаат со сметководствените постапки во банките како финансиски институции. Предметот Банкарски сметководствен систем ги уважува теоретските, научните и практичните сознанија, им овозможува на студентите создавање на професионално мислење за водењето на сметководството во финансиските институции (банки и штедилници и др. организации), со цел успешно менаџирање на сметководствената функција.			
10.	Содржина на предметната програма: Овој предмет предвидува изучување на сметководството на банкарските активности, оценка на бонитетот на финансиските организации како и техниките на кредитирање, со доследна примена на меѓународните сметководствени стандарди во водењето на сметководството во финансиските организации. Содржината на наставната програма по предметот Банкарски сметководствен систем опфаќа изучување на: Банкарска сметководствена функција; Контен план; Платен промет; Сметководствена евиденција на банкарските активности; Банкарски сметководствени извештаи; Ревизија на годишните сметки на банките.			
11.	Метод на учење: Метод на студија на случаи, дискусија			
12.	Вкупен расположив фонд на време	210 часа		
13.	Распределба ба расположивото време			
14.	Форми на наставни активности	14.1.	Предавања-теоретска настава	45 часа
		14.2.	Вежби (лабораториски, аудиториски), семинари, тимска работа	30 часа
15.	Други форми на активности	15.1.	Проектни задачи	35 часа
		15.2.	Самостојни задачи	50 часа
		15.3.	Домашно учење	50 часа
16.	Начин на оценување			
	16.1	Тестови		60 бодови

	16.2	Семинарска работа/проект (презентација-писмена и усна)	20 бодови
	16.3	Активност и учество	20 бодови
17	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)
18	Услов за потпис и полагање на завршен испит	60% од вкупните поени на колоквиумите или испитот	
19	Јазик на кој се изведува наставата	Македонски или англиски јазик	
20	Метод на следење на квалитетот на наставата	Самоевалуација	

1.	Наслов на наставниот предмет	Хартии од вредност			
2.	Код	ЕС323			
3.	Студиска програма	Маркетинг			
4.	Организатор на студиската програма (единица, односно институт, катедра, оддел)	Факултет за економски науки			
5.	Степен (прв, втор, трет циклус)	Прв циклус			
6.	Академска година / семестар	3/6	7	Број на ЕКТС кредити	7
8.	Предуслови за запишување на предметот	Финансиски менаџмент			
9.	Цели на предметната програма: Основна цел на предметот е да ги обезбеди студентите со знаење, со цел тие да бидат во можност да ги разберат различните хартии од вредност и да се стекнат со доволно вештини за управување со портфолиото во инвестициски компании или во други фондови базирани на хартии од вредност.				
10.	Содржина на предметната програма: 1. Финансиско окружување 2. Хартии од вредност 3. Ризик и приноси 4. Вреднување на хартии од вредност 5. Финансиски деривати 6. Портфолио менаџмент 7. Системи за тргување на берзите 8. Тргување на берзите;				
11.	Методи на учење: Метод на студија на случаи, дискусија				
12.	Вкупен расположив фонд на време	210 часа			
13.	Распределба на расположивото време				
14.	Форми на наставните активности	14.1.	Предавања-теоретска настава	45 часови	
		14.2.	Вежби (лабораториски, аудиториски), семинари, тимска работа	30 часови	
15.	Други форми на активности	15.1.	Проектни задачи	35 часови	

		15.2.	Самостојни задачи	50 часови
		15.3.	Домашно учење	50 часови
16.	Начин на оценување			
16.1.	Тестови			60 бодови
16.2.	Семинарска работа/ проект (презентација: писмена и усна)			20 бодови
16.3.	Активност и учество			20 бодови
17.	Критериуми за оценување (бодови/ оценка)	До50 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)
18.	Услов за потпис и полагање на завршен испит		60% од вкупните поени на колоквиумите или испитот	
19.	Јазик на кој се изведува наставата		Македонски или англиски јазик	
20.	Метод на следење на квалитетот на наставата		Самоевалуација	

1.	Наслов на наставен предмет		Кредитна политика			
2.	Код		ЕС 323			
3.	Студиска програма		Маркетинг			
4.	Организатор на студиска програма (единица односно институт, катедра, оддел)		Факултет за економски науки			
5.	Степен (прв, втор, трет циклус)		Прв циклус			
6.	Академска година/семестар		3/6	7.	Број на ЕКТС кредити	
7.					7	
8.	Предуслови за запишување на предметот		Банкарство, Основи на економија			
9.	Цели на предметната програма (компетенции) : Приоритет во предметната програма се дава на изучувањето на кредитната политика. Цел е студентите да ги совладаат неопходните прашања и тоа од базичните согледувања на принципите и начелата на кредитната политика, па се до анализата на ефектите од нејзиното водење и спроведување.					
10.	Содржина на предметната програма: Вовед во кредитна политика. Нови парадигми на кредитната политика. Принципи и начела на кредитната политика. Општа оценка на кредитната политика. Водење на политика за финансиско вложување и нивна оценка. Водење на кредитна политика при инвестиции. Анализа и оценка на структурата на капиталот при водење кредитна политика. Влијание на пазарните сегменти на кредитната политика.					
11.	Метод на учење: Метод на студија на случаи, дискусија					
12.	Вкупен расположив фонд на време		210 часа			
13.	Распределба на расположивото време					
14.	Форми на наставни активности	14.1.	Предавања-теоретска настава	45 часа		
		14.2.	Вежби (лабораториски, аудиториски), семинари, тимска работа	30 часа		
15.	Други форми на активности	15.1.	Проектни задачи	35 часа		
		15.2.	Самостојни задачи	50 часа		
		15.3.	Домашно учење	50 часа		
16.	Начин на оценување					
	16.1.	Тестови			60 бодови	
	16.2.	Семинарска работа/проект (презентација-писмена и усна)			20 бодови	
	16.3.	Активност и учество			20 бодови	
17.	Критериуми за оценување		До 50 бода		5 (пет) (F)	

.	(бодови/оценка)	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)
18	Услов за потпис и полагање на завршен испит	60% од вкупните поени на колоквиумите или испитот	
19	Јазик на кој се изведува наставата	Македонски или англиски јазик	
20	Метод на следење на квалитетот на наставата	Самоевалуација	

1.	Наслов на наставниот предмет	Проектен менаџмент			
2.	Код	МЕ323			
3.	Студиска програма	Маркетинг			
4.	Организатор на студиската програма (единица, односно институт, катедра, оддел)	Факултет за економски науки			
5.	Степен (прв, втор, трет циклус)	Прв циклус			
6.	Академска година / семестар	3/6	7	Број на ЕКТС кредити	7
8.	Предуслови за запишување на предметот	Основи на менаџмент, Стратегиски менаџмент, Деловно планирање, Е-бизнис			
9.	Цели на предметната програма (компетенции): Целта на предметот е студентите да се запознаат со планирањето на проекти со програмскиот пакет Microsoft Project.				
10.	Содржина на предметната програма: Поставување на основите ситуациони услови за појава на проектниот менаџмент, процес на менаџмент (планирање, организирање, координирање, мотивирање, контролирање и одлучување) во новото окружување. Анализа на цена - ефикасност, техники на изработка извештаи, менаџмент на бихевиористички и технички аспект на еден проект; менаџмент на промени; софтверски алатки за водење на проекти и за тимска работа, планирање и изработка на проекти со програмскиот пакет Microsoft Project.				
11.	Методи на учење: Метод на студија на случаи, дискусија				
12.	Вкупен расположив фонд на време	210 часа			
13.	Распределба на расположивото време				
14.	Форми на наставните активности	14.1.	Предавања-теоретска настава	45 часови	
		14.2.	Вежби (лабораториски, аудиториски), семинари, тимска работа	30 часови	
15.	Други форми на активности	15.1.	Проектни задачи	45 часови	
		15.2.	Самостојни задачи	45 часови	
		15.3.	Домашно учење	45 часови	
16.	Начин на оценување				

	16.1.	Тестови	60 бодови
	16.2.	Семинарска работа/ проект (презентација: писмена и усна)	20 бодови
	16.3.	Активност и учество	20 бодови
17.	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)
18.	Услов за потпис и полагање на завршен испит	60% од вкупните поени на колоквиумите или испитот	
19.	Јазик на кој се изведува наставата	Македонски јазик или англиски јазик.	
20.	Метод на следење на квалитетот на наставата	Самоевалуација	

1.	Наслов на наставен предмет		Маркетинг на услуги		
2.	Код		MR323		
3.	Студиска програма		Маркетинг		
4.	Организатор на студиска програма (единица односно институт, катедра, оддел)		Факултет за економски науки		
5.	Степен (прв, втор, трет циклус)		Прв циклус		
6.	Академска година/семестар		3/6	7. Број на ЕКТС кредити	7
8.	Предуслови за запишување на предметот		Основи на маркетинг		
9.	Цели на предметната програма (компетенции) : Целта е студентите да се запознаат со специфичностите на маркетингот на услуги				
10.	Содржина на предметната програма: Поим, карактеристики и класификација на услугите. Разлика помеѓу маркетинг на производи и маркетинг на услуги. Улогата на маркетинг комуникациите во услужните дејности. Дистрибуција на услуги: опции за испорака на услуги, улога на посредници, франшизинг и меѓународна дистрибуција на услуги. Ценовна политика на услугите. Значењето на физичките параметри во маркетингот на услуги. Управување со луѓето за остварување на услужни предности. Продуктивност и квалитет на услугите. Маркетинг стратегии за фирмите кои нудат услуги.				
11.	Метод на учење: Метод на студија на случаи, дискусија				
12.	Вкупен расположив фонд на време		210 часа		
13.	Распределба ба расположивото време				
14.	Форми на наставни активности	14.1.	Предавања-теоретска настава	45 часа	
		14.2.	Вежби (лабораториски, аудиториски), семинари, тимска работа	30 часа	
15.	Други форми на активности	15.1.	Проектни задачи	45 часа	
		15.2.	Самостојни задачи	45 часа	
		15.3.	Домашно учење	45 часа	
16.	Начин на оценување				
	16.1.	Тестови		60 бодови	
	16.2.	Семинарска работа/проект (презентација-писмена и усна)		20 бодови	
	16.3.	Активност и учество		20 бодови	
17.	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)
18.	Услов за потпис и полагање на завршен испит	60% од вкупните поени на колоквиумите или испитот	
19.	Јазик на кој се изведува наставата	Македонски или англиски јазик	
20.	Метод на следење на квалитетот на наставата	Самоевалуација	

1.	Наслов на наставен предмет	Стратегиски маркетинг			
2.	Код	MR323			
3.	Студиска програма	Маркетинг			
4.	Организатор на студиска програма (единица односно институт, катедра, оддел)	Факултет за економски науки			
5.	Степен (прв, втор, трет циклус)	Прв циклус			
6.	Академска година/семестар	3/6	7.	Број на ЕКТС кредити	7
8.	Предуслови за запишување на предметот	Основи на маркетинг			
9.	Цели на предметната програма (компетенции) : Цел на курсот е студентите да се запознаат со стратегиите на маркетингот кои ги применуваат современите компании.				
10.	Содржина на предметната програма: Концепција на животниот циклус на производот, маркетинг стратегии во фазата на воведување, маркетинг стратегии во фазата на пораст, маркетинг стратегии во фазата на зрелост, маркетинг стратегии во фазата на напуштање, потоа маркетинг - стратегии зависно од положбата на претпријатието на пазарот (стратегии на пазарни лидери, стратегии на пазарни предизвикувачи, стратегии на пазарни следбеници, стратегии на пазарни тампонери) како и за маркетинг - стратегии во услови на недостиг на производи, во инфлација и рецесија, маркетинг - стратегии за глобален пазар (проценка на меѓународната маркетинг околина, одлучување дали да се извезува, одлучување на кои пазари, одлучување како да се влезе на пазарот, одлучување за маркетинг програмата, одлучување за организацијата на маркетингот). Процес на донесување на одлуки за производот, за формирањето на цените, за маркетинг каналите, за малопродажбата и големопродажбата и за промоцијата и економската пропаганда.				
11.	Метод на учење: Метод на студија на случаи, дискусија				
12.	Вкупен расположив фонд на време	210 часа			
13.	Распределба на расположивото време				
14.	Форми на наставни активности	14.1.	Предавања-теоретска настава	45 часа	
		14.2.	Вежби (лабораториски, аудиториски), семинари, тимска работа	30 часа	
15.	Други форми на активности	15.1.	Проектни задачи	45 часа	
		15.2.	Самостојни задачи	45 часа	
		15.3.	Домашно учење	45 часа	
16.	Начин на оценување				
	16.1.	Тестови		60 бодови	
	16.2.	Семинарска работа/проект (презентација-писмена и усна)		20 бодови	

	16.3.	Активност и учество		20 бодови
17.	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)
18.	Услов за потпис и полагање на завршен испит	60% од вкупните поени на колоквиумите или испитот		
19.	Јазик на кој се изведува наставата	Македонски или англиски јазик		
20.	Метод на следење на квалитетот на наставата	Самоевалуација		

ЧЕТВРТА ГОДИНА – ЗАДОЛЖИТЕЛНИ ПРЕДМЕТИ

1.	Наслов на наставниот предмет	Економски политики на ЕУ			
2.	Код	ЕС 411			
3.	Студиска програма	Маркетинг			
4.	Организатор на студиската програма (единица, односно институт, катедра, оддел)	Факултет за економски науки			
5.	Степен (прв, втор, трет циклус)	Прв циклус			
6.	Академска година / семестар	4/7	7	Број на ЕКТС кредити	8
8.	Предуслови за запишување на предметот	Основи на економија			
9.	Цели на предметната програма: Да се запознаат студентите со основните елементи на одделните видови на економски политики на Европската унија, улогата на европските институции во креирањето на економските политики, како тие политики се донесуваат и имплементираат				
10.	Содржина на предметната програма: Се изучуваат теориските основи на принципите на економската интеграција и фазите на економската интеграција во ЕУ. Ќе се даде осврт на улогата на одделни институции во креирањето на економските политики на ЕУ, како и функционирање на единствениот пазар. Се запознаваат со Економска и монетарна унија и улогата на Европската централна банка. Посебно внимание ќе биде посветено на Стратегиите „Европа 2020“ и „Е – Европа“ како и на заедничката аграрна политика, индустриската политика на ЕУ и улогата на малите и средните претпријатија. Ќе се запознаат со основите на енергетската политика на ЕУ, значење и целите на конкурентската политика на ЕУ, како и улогата на истражување и развој. Ќе бидат изучувани политиките на вработување и пазарот на труд. Посебно ќе бидат анализирани институционализацијата на екстерни економски односи на Европската Унија, видови договори и перспективи, иднина на интегративните процеси во Европската унија од економски аспект, како и мерки што ги презема ЕУ за справување на должничката криза во 2008 и 2012 г. со компаративна анализа на политиките на САД и ЕУ во справување со последната економска криза				
11.	Методи на учење: Метод на студија на случаи, дискусија				
12.	Вкупен расположив фонд на време	240 часови			
13.	Распределба на расположивото време				
14.	Форми на наставните активности	14.1.	Предавања-теоретска настава	45 часови	
		14.2.	Вежби (лабораториски, аудиториски),	30 часови	

			семинари, тимска работа	
15.	Други форми на активности	15. 1.	Проектни задачи	30 часови
		15. 2.	Самостојни задачи	30 часови
		15. 3.	Домашно учење	105 часови
16.	Начин на оценување			
	16. 1.	Тестови		60 бодови
	16. 2.	Семинарска работа/ проект (презентација: писмена и усна)		20 бодови
16. 3.	Активност и учество		20 бодови	
17.	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)
18.	Услов за потпис и полагање на завршен испит	60% од вкупните поени на колоквиумите или испитот		
19.	Јазик на кој се изведува наставата	Македонски јазик или англиски јазик		
20.	Метод на следење на квалитетот на наставата	Самоевалуација		

1.	Наслов на наставен предмет	Корпоративно управување		
2.	Код	ME411		
3.	Студиска програма	Маркетинг		
4.	Организатор на студиска програма (единица односно институт, катедра, оддел)	Факултет за економски науки		
5.	Степен (прв, втор, трет циклус)	Прв циклус		
6.	Академска година/семестар	4/7	7. Број на ЕКТС кредити	8
8.	Предуслови за запишување на предметот	Менаџмент		
9.	<p>Цели на предметната програма (компетенции) :</p> <p>Основната цел е да се прикаже димензијата и да се разбере концептот и придобивките од корпоративното управување, преку:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Поставување на концептуалниот оквир за опсервирање на корпоративното управување; - Објаснување на основните гледишта во научниот и стручен пристап на корпоративното управување; - Анализа на моделите на корпоративно управување во земјите ширум светот; - Отворање на важните прашања на праксата на корпоративното управување во Република Македонија; - Предочување на релевантните аспекти на корпоративното управување; <p>Претставување нов, современ и квалитетен систем на корпоративно управување</p>			
10.	<p>Содржина на предметната програма:</p> <p>Предметната програма ги опфаќа современите дебати во објаснување на поимот, дефинирањето и значењето на корпоративното управување, теоретските расправи за правната природа на корпорацијата, физиономијата и корпоративната структура на акционерските друштва, односите меѓу надзорните и управувачки органи и акционерите, вклучително и општествената одговорност на претпријатијата, како феномен на глобалната економија.</p> <p>Претставени се карактеристиките на моделите на корпоративното управување во одредени земји во светот, но и глобалните разлики меѓу нив. Појаснети се детерминирачките фактори и насоките на развој на корпоративното управување, согласно ОЕЦД принципите, а опфатена е и нормативната рамка за добро корпоративно управување во Република Македонија.</p> <p>Доброто управување е неопходен сегмент на успехот и одржливиот економски раст на сите деловни субјекти. Сепак, многу компании сеуште во потполност го немаат усовершено, па оттука, дотолку повеќе, се наметнува потребата за анализирање на оваа проблематика.</p> <p>Во фокусот на елаборацијата се детерминирачките фактори на насоките на развојот на корпоративното управување, надлежностите, одговорностите и значењето на корпоративните одбори, положбата и изборот на членовите, во двата системи на корпоративно управување со акционерските друштва: едностепениот и двостепениот систем.</p>			

11.	Метод на учење: Метод на студија на случаи, дискусија			
12.	Вкупен расположив фонд на време	240 часа		
13.	Распределба ба расположивото време			
14.	Форми на наставни активности	14.1.	Предавања-теоретска настава	45 часа
		14.2.	Вежби (лабораториски, аудиториски), семинари, тимска работа	30 часа
15.	Други форми на активности	15.1.	Проектни задачи	30 часа
		15.2.	Самостојни задачи	30 часа
		15.3.	Домашно учење	105 часа
16.	Начин на оценување			
	16.1	Два колоквиуми		60 бодови
	16.2	Стручен трид/проект (презентација-писмена и усна)		20 бодови
	16.3	Активност и учество		20 бодови
17.	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)
18.	Услов за потпис и полагање на завршен испит		60% од вкупните поени на колоквиумите или испитот	
19.	Јазик на кој се изведува наставата		Македонски или англиски јазик	
20.	Метод на следење на квалитетот на наставата		Самоевалуација	

1.	Наслов на наставниот предмет	Маркетинг политика на цени			
2.	Код	MR412			
3.	Студиска програма	Маркетинг			
4.	Организатор на студиската програма (единица, односно институт, катедра, оддел)	Факултет за економски науки			
5.	Степен (прв, втор, трет циклус)	Прв циклус			
6.	Академска година / семестар	4/7	7.	Број на ЕКТС кредити	8
8.	Предуслови за запишување на предметот	Маркетинг, Деловно планирање			
9.	Цели на предметната програма (компетенции): Студентите да ја изучуваат современата пракса на политиката на цени во претпријатието.				
10.	Содржина на предметната програма: Дефиниција на цените, значење на одлуките на цените и импликации на тековните одлуки за цените. Побарувачка (некои концепти на теоријата на цените, цената и сфаќањето за вредноста на страна на купувачите, крива на индиферентност и ефекти од промената на цените, цени и еластичност на побарувачката), потоа фактори на политиката на цените (трошоците како фактор на политиката на цени, побарувачката како фактор на политиката на цени, конкуренцијата како фактор на политиката на цени, мерките на економската политика како фактор на политика на цени), методолошките аспекти на политиката на цени (постапки во формирањето на цените, методи на формирање на цените - методи на трошоци плус, метода на стапка на принос на ангажираните средства, маргинална метода, улога на графиконот на рентабилност при формирањето на цените), инструменти на политиката на цени (политика на флексибилност на цени, политика на попуст на цени), посебностите на политиката на цени и ценовната стратегија (природа на цени за нови производи, политика на цени во трговско претпријатие, политика на цени во непроизводствени дејности).				
11.	Методи на учење: Метод на студија на случаи, дискусија				
12.	Вкупен расположив фонд на време	240			
13.	Распределба на расположивото време				
14.	Форми на наставните активности	14.1	Предавања- теоретска настава	45 часови	
		14.2	Вежби (лабораториски, аудиториски), семинари, тимска работа	30 часови	

15.	Други форми на активности		15.1	Проектни задачи	55 часови
			15.2	Самостојни задачи	55 часови
			15.3	Домашно учење	55 часови
16.	Начин на оценување				
	16.1	Тестови			60 бодови
	16.2	Семинарска работа/ проект (презентација: писмена и усна)			20 бодови
	16.3	Активност и учество			20 бодови
17.	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)
18.	Услов за потпис и полагање на завршен испит		60% од вкупните поени на колоквиумите или испитот		
19.	Јазик на кој се изведува наставата		Македонски или англиски јазик		
20.	Метод на следење на квалитетот на наставата		Самоевалуација		

1.	Наслов на наставниот предмет	Дистрибуција со канали на продажба				
2.	Код	MR421				
3.	Студиска програма	Маркетинг				
4.	Организатор на студиската програма (единица, односно институт, катедра, оддел)	Факултет за економски науки				
5.	Степен (прв, втор, трет циклус)	Прв циклус				
6.	Академска година / семестар	4/8	7	Број на ЕКТС кредити	8	
8.	Предуслови за запишување на предметот	Маркетинг политика на цени				
9.	Цели на предметната програма (компетенции): Целта на овој предмет е студентите да се запознаат со проблематиката на дистрибуцијата на производите од производителот до крајните потрошувачи.					
10.	Содржина на предметната програма: Канали на дистрибуција, Избор на каналите, Алтернативни стратегии на дистрибуција, Методи на продажба, Системи на продажба.					
11.	Методи на учење: Метод на студија на случаи, дискусија					
12.	Вкупен расположив фонд на време	240 часа				
13.	Распределба на расположивото време					
14.	Форми на наставните активности	14.1	Предавања-теоретска настава	45 часови		
		14.2	Вежби (лабораториски, аудиториски), семинари, тимска работа	30 часови		
15.	Други форми на активности	15.1	Проектни задачи	55 часови		
		15.2	Самостојни задачи	55 часови		
		15.3	Домашно учење	55 часови		
16.	Начин на оценување					
	16.1.	Тестови			60 бодови	
	16.2.	Семинарска работа/ проект (презентација: писмена и усна)			20 бодови	
16.3.	Активност и учество			20 бодови		

17.	Критериуми за оценување (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)
18.	Услов за потпис и полагање на завршен испит	60% од вкупните поени на колоквиумите или испитот	
19.	Јазик на кој се изведува наставата	Македонски или англиски јазик	
20.	Метод на следење на квалитетот на наставата	Самоевалуација	

1.	Наслов на наставниот предмет		Промоција		
2.	Код		MR422		
3.	Студиска програма		Маркетинг		
4.	Организатор на студиската програма (единица, односно институт, катедра, оддел)		Факултет за економски науки		
5.	Степен (прв, втор, трет циклус)		Прв циклус		
6.	Академска година / семестар		4/8	7 .	Број на ЕКТС кредити 8
8.	Предуслови за запишување на предметот		Маркетинг, Однесување на потрошувачите		
9.	Цели на предметната програма (компетенции): Цел на курсот е студентите да се запознаат со промотивниот маркетинг менаџмент.				
10.	Содржина на предметната програма: Дефинирање на промотивниот маркетинг менаџмент. Промоција како начин на масовно комуницирање. Облици на промотивни активности. Фази на успешното комуницирање. Маркетинг одлуки за економската пропаганда. Дејствување на економската пропаганда. Планирање и примена на економската пропаганда. Средства на економската пропаганда. Медиуми за економска пропаганда. Одлуки за личната пропаганда. Одлуки за продажната промоција. Одлуки за публицитетот и односите со јавноста.				
11.	Методи на учење: Метод на студија на случаи, дискусија				
12.	Вкупен расположив фонд на време		240 часа		
13.	Распределба на расположивото време				
14.	Форми на наставните активности	14.1.	Предавања-теоретска настава	45 часови	
		14.2.	Вежби (лабораториски, аудиториски), семинари, тимска работа	30 часови	
15.	Други форми на активности	15.1.	Проектни задачи	55 часови	
		15.2.	Самостојни задачи	55 часови	
		15.3.	Домашно учење	55 часови	
16.	Начин на оценување				

	16.1.	Тестови	60 бодови
	16.2.	Семинарска работа/ проект (презентација: писмена и усна)	20 бодови
	16.3.	Активност и учество	20 бодови
17.	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)
18.	Услов за потпис и полагање на завршен испит	60% од вкупните поени на колоквиумите или испитот	
19.	Јазик на кој се изведува наставата	Македонски или англиски јазик	
20.	Метод на следење на квалитетот на наставата	Самоевалуација	

ЧЕТВРТА ГОДИНА – ИЗБОРНИ ФАКУЛТЕТСКИ ПРЕДМЕТИ

1.	Наслов на наставниот предмет	Корпоративно финансиско известување			
2.	Код	ЕС414			
3.	Студиска програма	Маркетинг			
4.	Организатор на студиската програма (единица, односно институт, катедра, оддел)	Факултет за економски науки			
5.	Степен (прв, втор, трет циклус)	Прв циклус			
6.	Академска година / семестар	4/7	7.	Број на ЕКТС кредити	7
8.	Предуслови за запишување на предметот	Финансиско сметководство, Корпоративно управување			
9.	Цели на предметната програма (компетенции): Основна цел на предметот е студентите да стекнат познавања за финансиското известување во корпоративните организации. Брзиот развој и интернационализацијата на работењето, како и се поголемата конкурентност помеѓу претпријатијата претставуваат дополнителен предизвик за успешно следење на постигнатите резултатите од работењето на организациите на меѓународно ниво. Доброто корпоративно управување со финансиите подразбира имплементирање на ефективен систем на финансиско известување кој ќе одговори на барањата на сложеното опкружување.				
10.	Содржина на предметната програма: Концептуална рамка на финансиско известување. Регулација на финансиското известување. Презентирање на финансиски извештаи. Известување за нетековни материјални средства. Известување за нетековни материјални средства. Обезвреднување на средствата. Договори за изградба. Побарувања од купувачи и сомнителни и спорни побарувања. Залихи. Финансиски средства и обврски. Резервирања, неизвесни обврски и неизвесни средства. Сметководство за наеми. Сметководство за даноци. Признавање на приходи. Сметководство за акционерски капитал. Хартии од вредност и инвестиции. Сметководство за аквизиции и спојувања. Сметководство за придружени ентитети. Консолидирани финансиски извештаи.				
11.	Методи на учење: Метод на студија на случаи, дискусија				
12.	Вкупен расположив фонд на време	210 часови			
13..	Распределба на расположивото време				
14.	Форми на наставните активности	14.1.	Предавања- теоретска настава	45 часови	

		14.2.	Вежби (лабораториски, аудиториски), семинари, тимска работа	30 часови
15.	Други форми на активности	15.1.	Проектни задачи	35 часови
		15.2.	Самостојни задачи	50 часови
		15.3.	Домашно учење	50 часови
16.	Начин на оценување			
	16.1.	Тестови		60 бодови
	16.2.	Семинарска работа/ проект (презентација: писмена и усна)		20 бодови
	16.3.	Активност и учество		20 бодови
17.	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)
18.	Услов за потпис и полагање на завршен испит		60% од вкупните поени на колоквиумите или испитот	
19.	Јазик на кој се изведува наставата		Македонски или англиски јазик	
20.	Метод на следење на квалитетот на наставата		Самоевалуација	

1.	Наслов на наставен предмет	Меѓународни финансиски институции и организации		
2.	Код	ЕС 414		
3.	Студиска програма	Маркетинг		
4.	Организатор на студиска програма (единица односно институт, катедра, оддел)	Факултет за економски науки		
5.	Степен (прв, втор, трет циклус)	Прв циклус		
6.	Академска година/семестар	4/7	7. Број на ЕКТС кредити	7
8.	Предуслови за запишување на предметот	Финансиски пазари и институции, Меѓународни финансии		
9.	Цели на предметната програма (компетенции) : Изучување на материјата по овој предмет треба да помогне на студентите во запознавањето на меѓународните финансиски организации и институции.			
10.	Содржина на предметната програма: Вовед во меѓународниот финансиски систем; Финансиски пазари; Финансиски инструменти; Финансиски иновации; Финансиска регулатива; Мерење на каматните стапки; Пазар на пари; Пазар на акции; Пазар на обврзници; Пазар на дериватни финансиски инструменти; Институционална структура на финансиските пазари (примарен и секундарен пазар); Комерцијални банки; Други депозитни институции; Небанкарски финансиски институции; Глобално раководење на финансиските институции; ММФ; Светска банка; Европска централна банка; BIS; Париски клуб; Лондонски клуб.			
11.	Метод на учење: Метод на студија на случаи, дискусија			
12.	Вкупен расположив фонд на време	210 часа		
13.	Распределба на расположивото време			
14.	Форми на наставни активности	14.1.	Предавања-теоретска настава	45 часа
		14.2.	Вежби (лабораториски, аудиториски), семинари, тимска работа	30 часа
15.	Други форми на активности	15.1.	Проектни задачи	45 часа
		15.2.	Самостојни задачи	45 часа
		15.3.	Домашно учење	45 часа
16.	Начин на оценување			
	16.1.	Тестови		60 бодови
	16.2.	Семинарска работа/проект (презентација-писмена и усна)		20 бодови
	16.3.	Активност и учество		20 бодови
17.	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)
18.	Услов за потпис и полагање на завршен испит	60% од вкупните поени на колоквиумите или испитот	
19.	Јазик на кој се изведува наставата	Македонски или англиски јазик	
20.	Метод на следење на квалитетот на наставата	Самоевалуација	

1.	Наслов на наставен предмет	Оперативен менаџмент		
2.	Код	МЕ 414		
3.	Студиска програма	Маркетинг		
4.	Организатор на студиска програма (единица односно институт, катедра, оддел)	Факултет за економски науки		
5.	Степен (прв, втор, трет циклус)	Прв циклус		
6.	Академска година/семестар	4/7	7. Број на ЕКТС кредити	7
8.	Предуслови за запишување на предметот	Основи на менаџмент, Деловно планирање		
9.	<p>Цели на предметната програма (компетенции) :</p> <p>Проучувањето на наставната материја по предметот им овозможува на студентите да се запознаат со сложената проблематика на управување со производството сфатено како процес на планирање и организирање на производството, но и како контрола на функционирањето на производството како систем, за да се остварат целите на производството на најефикасен и најефективен начин. Во тие рамки, особено внимание се посветува на следните аспекти на производствениот менаџмент: производството како систем, планирање на системот на производството, производ – дизајн на производот, производ – квалитет на производот, производ – производствена програма, локација на производството, производствен капацитет, производствена опрема, фабрички згради, планирање на фабричкиот простор, производствени процеси, планирање и следење на производството во време, контрола на залихите, системот за складирање и внатрешен транспорт, одржување на опремата и градежните објекти, и обезбедување на производството со енергија, контрола на трошоците и организациона структура на производството.</p>			
10.	<p>Содржина на предметната програма:</p> <p>Производствен капацитет, производството како систем, планирање на системот на производство, производ и дизајн на производот, производ- контрола на квалитетот, производ – производствена програма, локација, планирање на фабричкиот простор, фабрички згради, материјалот во производството, контрола на залихите, производствена опрема, систем на складирање и внатрешен транспорт, производствени процеси, планирање на методите, студија на процесите и времето на плаќање на трудот, планирање и следење на производството во време, одржување на опремата и обезбедување на производството со енергија, контрола на трошоците, организациона структура на производството.</p>			
11.	<p>Метод на учење:</p> <p>Метод на студија на случаи, дискусија</p>			
12.	Вкупен расположив фонд на време	210 часа		
13.	Распределба ба расположивото време			
14.	Форми на наставни активности	14.1.	Предавања-теоретска настава	45 часа
		14.2.	Вежби (лабораториски, аудиториски), семинари, тимска работа	30 часа

15.	Други форми на активности	15.1.	Проектни задачи	45 часа
		15.2.	Самостојни задачи	45 часа
		15.3.	Домашно учење	45 часа
16.	Начин на оценување			
	16.1.	Тестови		60 бодови
	16.2.	Семинарска работа/проект (презентација-писмена и усна)		20 бодови
	16.3.	Активност и учество		20 бодови
17.	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)
18.	Услов за потпис и полагање на завршен испит	60% од вкупните поени на колоквиумите или испитот		
19.	Јазик на кој се изведува наставата	Македонски или англиски јазик		
20.	Метод на следење на квалитетот на наставата	Самоевалуација		

1.	Наслов на наставниот предмет	Бренд менаџмент			
2.	Код	MR 414			
3.	Студиска програма	Маркетинг			
4.	Организатор на студиската програма (единица, односно институт, катедра, оддел)	Факултет за економски науки			
5.	Степен (прв, втор, трет циклус)	Прв циклус			
6.	Академска година / семестар	4/7	7	Број на ЕКТС кредити	7
8.	Предуслови за запишување на предметот	Маркетинг, Промоција, Производ, Цени			
9.	Цели на предметната програма (компетенции): Цел на предметот е студентите да се запознаат со управувањето со брендovите				
10.	Содржина на предметната програма: Бренд и значење на брендот (поим, видови, улога и значење на брендот), Идентитет и елементи на идентитетот, Стратешко управување со брендovите (класично и современо управување со брендovите, основни етапи во процесот на управување со брендovите, препреки и пропусти во управувањето со брендovите), Стратегии за развој на брендот (Стратегија на проширување и стратегија на потврдување на брендот, Стратегија на корпоративен бренд, Стратегија на интернационализација на брендот), Вредност и мерење на вредноста на брендот (финансиска вредност на брендот, пазарна вредност, стандардизирани мерења на пазарна вредност на брендovите). Поуки од неуспешните брендovi				
11.	Методи на учење: Метод на студија на случаи, дискусија				
12.	Вкупен расположив фонд на време	210 часа			
13.	Распределба на расположивото време				
14.	Форми на наставните активности	14.1.	Предавања-теоретска настава	45 часови	
		14.2.	Вежби (лабораториски, аудиториски), семинари, тимска работа	30 часови	
15.	Други форми на активности	15.1.	Проектни задачи	45 часови	
		15.2.	Самостојни задачи	45 часови	

		15.3.	Домашно учење	45 часови
16.	Начин на оценување			
16.1.	Тестови		60 бодови	
16.2.	Семинарска работа/ проект (презентација: писмена и усна)		20 бодови	
16.3.	Активност и учество		20 бодови	
17.	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)
18.	Услов за потпис и полагање на завршен испит		60% од вкупните поени на колоквиумите или испитот	
19.	Јазик на кој се изведува наставата		Македонски или англиски јазик	
20.	Метод на евалуација		Самоевалуација	

1.	Наслов на наставен предмет	Организација и контрола на маркетинг активности			
2.	Код	MR414			
3.	Студиска програма	Маркетинг			
4.	Организатор на студиска програма (единица односно институт, катедра, оддел)	Факултет за економски науки			
5.	Степен (прв, втор, трет циклус)	Прв циклус			
6.	Академска година/семестар	4/7	7.	Број на ЕКТС кредити	7
8.	Предуслови за запишување на предметот	Маркетинг менаџмент, Маркетинг			
9.	Цели на предметната програма (компетенции) : Приоритет на наставната програма е студентите да навлезат во аспектите на организацијата, начинот на организирање на маркетинг активностите, можните форми на организирање на маркетингот, а притоа треба да согледаат кои од алтернативните форми се најприменливи на македонскиот пазар, и секако да се запознаат со индикаторите за контрола на успешноста на маркетинг активностите.				
10.	Содржина на предметната програма: Организација на маркетингот; Воведување на маркетинг-концепцијата; Создавање маркетинг-ориентацијата во претпријатието; Емотивен развој на маркетинг службата; Форми на организирање на маркетинг во претпријатието; Функционален модел; Производен модел; Географски модел; Сегментиран модел; Комбинирани модели; Пристап кон организацијата на дејностите на маркетингот; Маркетингот во слободниот пазар и маркетинг во нестабилни услови на стопанисување.				
11.	Метод на учење: Метод на студија на случаи, дискусија				
12.	Вкупен расположив фонд на време	210 часа			
13.	Распределба на расположивото време				
14.	Форми на наставни активности	14.1.	Предавања-теоретска настава	45 часа	
		14.2.	Вежби (лабораториски, аудиториски), семинари, тимска работа	30 часа	
15.	Други форми на активности	15.1.	Проектни задачи	45 часа	
		15.2.	Самостојни задачи	45 часа	
		15.3.	Домашно учење	45 часа	
16.	Начин на оценување				
	16.1	Тестови			60 бодови
	16.2	Семинарска работа/проект (презентација-писмена и усна)			20 бодови
	16.3	Активност и учество			20 бодови

	.		
17.	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)
18.	Услов за потпис и полагање на завршен испит	60% од вкупните поени на колоквиумите или испитот	
19.	Јазик на кој се изведува наставата	Македонски или англиски јазик	
20.	Метод на следење на квалитетот на наставата	Самоевалуација	

1.	Наслов на наставниот предмет	Даночен менаџмент			
2.	Код	ЕС423			
3.	Студиска програма	Маркетинг			
4.	Организатор на студиската програма (единица, односно институт, катедра, оддел)	Факултет за економски науки			
5.	Степен (прв, втор, трет циклус)	Прв циклус			
6.	Академска година / семестар	4/7	7	Број на ЕКТС кредити	7
8.	Предуслови за запишување на предметот	Основи на економија, Јавни финансии			
9.	Цели на предметната програма (компетенции): Студентите во изучувањето на материјата од областа на даночниот менаџмент ќе бидат насочени во правец на разбирање и дефинирање на местото, улогата и значењето на даноците во непосредното работење на претпријатијата. Оттаму, особен акцент ќе добие изучувањето на поимот, видовите и карактеристики на даноците; менаџирање со даноците во функција на успешно деловно работење на правниот субјект.				
10.	Содржина на предметната програма: Данок – поим и карактеристики: даночни начела; видови даноци; оданочување на профитот на корпорациите; персонален данок на доход; рамен данок; данок на додадена вредност - ДДВ ; акцизи; царини; данок на имот; данок на наследство и подарок; данок на промет на недвижности и права; други јавни приходи; финансирањето на социјалното осигурување; избегнување на даночните давачки; менаџирање со даноците.				
11.	Методи на учење: Метод на студија на случаи, дискусија				
12.	Вкупен расположив фонд на време	210 часа			
13.	Распределба на расположивото време				
14.	Форми на наставните активности	14.1.	Предавања-теоретска настава	45 часови	
		14.2.	Вежби (лабораториски, аудиториски), семинари, тимска	30 часови	

			работа	
15.	Други форми на активности	15.1.	Проектни задачи	35 часови
		15.2.	Самостојни задачи	50 часови
		15.3.	Домашно учење	50 часови
16.	Начин на оценување			
	16.1.	Тестови		60 бодови
	16.2.	Семинарска работа/ проект (презентација: писмена и усна)		20 бодови
	16.3.	Активност и учество		20 бодови
17.	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)
18.	Услов за потпис и полагање на завршен испит	60% од вкупните поени на колоквиумите или испитот		
19.	Јазик на кој се изведува наставата	Македонски или англиски јазик		
20.	Метод на евалуација	Самоевалуација		

1.	Наслов на наставен предмет		Управувачко сметководство		
2.	Код		ЕС 423		
3.	Студиска програма		Маркетинг		
4.	Организатор на студиска програма (единица односно институт, катедра, оддел)		Факултет за економски науки		
5.	Степен (прв, втор, трет циклус)		Прв циклус		
6.	Академска година/семестар		4/8	7. Број на ЕКТС кредити	7
8.	Предуслови за запишување на предметот		Финансиско сметководство, Основи на сметководство		
9.	Цели на предметната програма (компетенции) : Цел на курсот е студентите да ја разберат релевантноста на сметководствената информација во контекст на управувачкото сметководство. Студентите треба да бидат способни да ги користат добиените информации од сметководствениот систем на претпријатијата за управувачки цели на менаџментот и да стекнат неопходна основа за понатамошно надоградување на сметководствените познавања.				
10.	Содржина на предметната програма: Анализата и интерпретацијата на основните финансиски извештаи на претпријатија и другите организации, првенствено за потребите од информациона поддршкана менаџментот во извршувањето на своите управувачки активности; пресметка на трошоците и учиноците; сметководствено планирање (буџетирање) и сметководствена контрола (буџетска контрола) перформансите на претпријатијата и делови од претпријатијата, како и информацискиот одговор на потребите на менаџментот во врска со активностите за систематска управувачка контрола; сметководствена cost benefit анализа, односно проектна анализа на трошоците и придобивки со цел информациона поддршка на менаџментот во процесот на носење на поединечни деловно – финансиски одлуки.				
11.	Метод на учење: Метод на студија на случаи, дискусија				
12.	Вкупен расположив фонд на време		210 часа		
13.	Распределба ба расположивото време				
14.	Форми на наставни активности	14.1.	Предавања-теоретска настава	45 часа	
		14.2.	Вежби (лабораториски, аудиториски), семинари, тимска работа	30 часа	
15.	Други форми на активности	15.1.	Проектни задачи	45 часа	
		15.2.	Самостојни задачи	45 часа	
		15.3.	Домашно учење	45 часа	
16.	Начин на оценување				
	16.1.	Тестови		60 бодови	
	16.2.	Семинарска работа/проект (презентација-писмена и усна)		20 бодови	

	16.3.	Активност и учество	20 бодови
17.	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)
18.	Услов за потпис и полагање на завршен испит	60% од вкупните поени на колоквиумите или испитот	
19.	Јазик на кој се изведува наставата	Македонски или англиски јазик	
20.	Метод на следење на квалитетот на наставата	Самоевалуација	

1.	Наслов на наставен предмет	Светски пазари и економски интеграции		
2.	Код	ЕС 423		
3.	Студиска програма	Маркетинг		
4.	Организатор на студиска програма (единица односно институт, катедра, оддел)	Факултет за економски науки		
5.	Степен (прв, втор, трет циклус)	Прв циклус		
6.	Академска година/семестар	4/8	7. Број на ЕКТС кредити	7
8.	Предуслови за запишување на предметот	Меѓународна трговија		
9.	Цели на предметната програма (компетенции) : Целта на овој курс е студентите на вториот циклус студии да се запознаат детално со функционирањето на светските економски интеграции и нивното влијание врз светската трговија и меѓународните економски односи			
10.	Содржина на предметната програма: Основни принципи на регионални трговски интеграции, видови на економски интеграции, нивни карактеристики, економско-политички интеграции, САД, ЕУ, НАФТА, ЕФТА, ОПЕК, АСЕАН, МЕРКОСУР и други			
11.	Метод на учење: Метод на студија на случаи, дискусија			
12.	Вкупен расположив фонд на време	210 часа		
13.	Распределба на расположивото време			
14.	Форми на наставни активности	14.1.	Предавања-теоретска настава	45 часа
		14.2.	Вежби (лабораториски, аудиториски), семинари, тимска работа	30 часа
15.	Други форми на активности	15.1.	Проектни задачи	45 часа
		15.2.	Самостојни задачи	25 часа
		15.3.	Домашно учење	65 часа
16.	Начин на оценување			
	16.1.	Тестови		60 бодови
	16.2.	Семинарска работа/проект (презентација-писмена и усна)		20 бодови
	16.3.	Активност и учество		20 бодови
17.	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)
18.	Услов за потпис и полагање на	60% од вкупните поени на колоквиумите или		

	завршен испит	испитот
19.	Јазик на кој се изведува наставата	Македонски или англиски јазик
20.	Метод на следење на квалитетот на наставата	Самоевалуација

1.	Наслов на наставен предмет	Еколошки менаџмент		
2.	Код	ME423		
3.	Студиска програма	Маркетинг		
4.	Организатор на студиска програма (единица односно институт, катедра, оддел)	Факултет за економски науки		
5.	Степен (прв, втор, трет циклус)	Прв циклус		
6.	Академска година/семестар	4/8	7. Број на ЕКТС кредити	7
8.	Предуслови за запишување на предметот	Основи на менаџмент		
9.	<p>Цели на предметната програма (компетенции) :</p> <p>Целта на курсот е студентите да го осознаат системот на управување со животната средина со цел воспоставување систематизиран пристап во индустријата и другите гранки, кој обезбедува да се вклучат причините за животната средина во бизнис стратегијата и практиката. Курсот ќе им овозможи на студентите усвојување на знаењата од менаџментот, односно: планирањето, организирањето, координирањето и контролирањето на стопанската активност во областа на екологијата, во врска со екологијата, на еколошки начин или за остварување на целите кои влегуваат во доменот на екологијата. Студентите преку имплементирање на овие знаења ќе се оспособат да управуваат на различни нивоа на организациски системи преку контрола на ризикот и постигнување опстанок на екосистемите.</p>			
10.	<p>Содржина на предметната програма:</p> <p>Еколошкиот менаџмент како предмет го опфаќа управувањето со животната средина кое ги вклучува сите знаења во врска со последиците од антропогеното влијание на технолошкиот развој и мерки за ублажување на влијанието врз екосистемот, науката за управувањето со животната средина, интегрирани и комбинирани знаења за екологијата, биохемијата, геохемијата, биодиверзитет и правната заштита на животната средина. Интегрирање и комбинирање на економските науки и менаџментот со науките за животната средина, социологијата и етиката. Предностите од примената на менаџмент инструментите во управувањето со животната средина преку намалување на трошоците, обезбедување на усогласеност со прописите, намалување на ризикот за животната средина, подобрување на односите со институциите, подобрување на имиџот во јавноста, зголемување на ентузијазмот на вработените итн.</p>			
11.	<p>Метод на учење:</p> <p>Метод на студија на случаи, дискусија</p>			
12.	Вкупен расположив фонд на време	210 часа		
13.	Распределба на расположивото време			
14.	Форми на наставни активности	14.1.	Предавања-теоретска настава	45 часа
		14.2.	Вежби (лабораториски, аудиториски), семинари, тимска работа	30 часа
15.	Други форми на активности	15.1.	Проектни задачи	45 часа

		15.2.	Самостојни задачи	45 часа
		15.3.	Домашно учење	45 часа
16.	Начин на оценување			
	16.1.	Тестови		60 бодови
	16.2.	Семинарска работа/проект (презентација-писмена и усна)		20 бодови
	16.3.	Активност и учество		20 бодови
17.	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)
18.	Услов за потпис и полагање на завршен испит		60% од вкупните поени на колоквиумите или испитот	
19.	Јазик на кој се изведува наставата		Македонски или англиски јазик	
20.	Метод на следење на квалитетот на наставата		Самоевалуација	

1.	Наслов на наставен предмет	Директен маркетинг		
2.	Код	MR 423		
3.	Студиска програма	Маркетинг		
4.	Организатор на студиска програма (единица односно институт, катедра, оддел)	Факултет за економски науки		
5.	Степен (прв, втор, трет циклус)	Прв циклус		
6.	Академска година/семестар	4/8	7. Број на ЕКТС кредити	7
8.	Предуслови за запишување на предметот	Основи на маркетинг		
9.	Цели на предметната програма (компетенции) : Целта на програмата е на јасен, достапен и прифатлив начин студентите да се запознаат со предметот, методите и целите на Директниот маркетинг.			
10.	Содржина на предметната програма: Преку изучувањето на овој предмет ќе се стекнат знаења за директната комуникација на претпријатијата со внимателно избрани поединечни потрошувачи за да се добие брз одговор и да се негуваат трајни меѓусебни односи. Компаниите користат бази на податоци за да ги приспособат на тесно дефинираните сегменти и поединечните купувачи. Директниот маркетинг ги опфаќа сите активности кои се поврзани со непосредната продажба на производите на компанијата до потрошувачите, без користење на посредници, заради што се нарекува и маркетинг на директна продажба. Денес со експлозијата на различните електронски медиуми (e-mail, Интернет, он-лајн услуги, телемаркетинг) се поголем број на компании ги продаваат своите производи и услуги директно на потрошувачите без посредници. Сето ова го прави директниот маркетинг актуелен и доста ефтин начин на маркетинг комуницирање. Студентите ќе се запознаат со сите инструменти на директниот маркетинг, неговите предности и недостатоци и комбинирано користење со другите инструменти од промотивниот микс.			
11.	Метод на учење: Метод на студија на случаи, дискусија			
12.	Вкупен расположив фонд на време	210 часа		
13.	Распределба ба расположивото време			
14.	Форми на наставни активности	14.1.	Предавања-теоретска настава	45 часа
		14.2.	Вежби (лабораториски, аудиториски), семинари, тимска работа	30 часа
15.	Други форми на активности	15.1.	Проектни задачи	45 часа
		15.2.	Самостојни задачи	45 часа
		15.3.	Домашно учење	45 часа
16.	Начин на оценување			60 бодови
	16.1.	Тестови		

	16.2.	Семинарска работа/проект (презентација-писмена и усна)	20 бодови
	16.3.	Активност и учество	20 бодови
17.	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)
18.	Услов за потпис и полагање на завршен испит	60% од вкупните поени на колоквиумите или испитот	
19.	Јазик на кој се изведува наставата	Македонски или англиски јазик	
20.	Метод на следење на квалитетот на наставата	Самоевалуација	

1.	Наслов на наставен предмет	Маркетинг комуникации		
2.	Код	MR 423		
3.	Студиска програма	Маркетинг		
4.	Организатор на студиска програма (единица односно институт, катедра, оддел)	Факултет за економски науки		
5.	Степен (прв, втор, трет циклус)	Прв циклус		
6.	Академска година/семестар	4/8	7. Број на ЕКТС кредити	7
8.	Предуслови за запишување на предметот	Основи на маркетинг, Деловно комуницирање		
99.	Цели на предметната програма (компетенции) : Целта на овој курс е студентите да се запознаат со основите на маркетинг комуникациите, деловните комуникации, вербалните комуникации и др.			
10.	Содржина на предметната програма: Вовед во комуникациски маркетинг менаџмент (видови комуникации, комуникациски процес, комуникациска способност и практика, еволуција на комуницирањето, комуникациите и организациска ефикасност). Природата на комуникациски маркетинг менаџмент. Културните разлики и комуникациите во бизнисот (основни компоненти на културата, карактеристики на културите на одделни држави и нации, културните разлики и влијанието на бизнис комуникациите), орална комуникација (главни карактеристики на говорот на телото, анализа на одделни димензии и нивните импликации во комуникативниот процес). Состаноците како облик на комуникациски маркетинг менаџмент. Карактеристики на пишувано комуницирање. Комуникациски маркетинг менаџмент (природата на комуникациските конфликти, перцепцијата и конфликтите, управување со комуникациските конфликти).			
11.	Метод на учење: Метод на студија на случаи, дискусија			
12.	Вкупен расположив фонд на време	210 часа		
13.	Распределба на расположивото време			
14.	Форми на наставни активности	14.1.	Предавања-теоретска настава	45 часа
		14.2.	Вежби (лабораториски, аудиториски), семинари, тимска работа	30 часа
15.	Други форми на активности	15.1.	Проектни задачи	45 часа
		15.2.	Самостојни задачи	45 часа
		15.3.	Домашно учење	45 часа
16.	Начин на оценување			
	16.1.	Тестови		60 бодови
	16.2.	Семинарска работа/проект (презентација-писмена и усна)		20 бодови
	16.3.	Активност и учество		20 бодови

17.	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)
18.	Услов за потпис и полагање на завршен испит	60% од вкупните поени на колоквиумите или испитот	
19.	Јазик на кој се изведува наставата	Македонски или англиски јазик	
20.	Метод на следење на квалитетот на наставата	Самоевалуација	

ИЗБОРНИ УНИВЕРЗИТЕТСКИ ПРЕДМЕТИ

1.	Наслов на наставниот предмет	Е- Бизнис		
2.	Код			
3.	Студиска програма	Маркетинг		
4.	Организатор на студиската програма (единица, односно институт, катедра, оддел)	Факултет за економски науки		
5.	Степен (прв, втор, трет циклус)	Прв циклус		
6.	Академска година / семестар		7. Број на ЕКТС Кредити	6
8.	Предуслови за запишување на предметот	Основи на економија		
9.	Цели на предметната програма (компетенции): Основните постулати на предметот е студентите да се запознаат со појавата, значењето, користењето, примената и заштитата во електронското работење.			
10.	Содржина на предметната програма: Во современата економска наука изучувањето на е-бизносот станува неопходност и императив во современото работење. Целта на програмата е да на јасен достапен и прифатлив начин се запознаат со потребите, моделите, примената и заштитата на електронското работење. Тука се основните модели на електронската електронската трговија, електронското банкарство, е- бизнис инфраструктурата и сл. Електронски бизнис или накратко е-бизнис има за цел проширување на надлежностите на една организациона единка во развојот на иновативните информациони и комуникациони технологии во самата организација и надвор од неа, преку целосна интерактивност со своите партнери и комитенти. Овој процес не треба да се разгледува само како едноставно вклучување на современата технолошки достигнувања за да се направат овие промени во самата организациона единка. За да може успешно да се овозможи менаџирањето на е-бизнисот, неопходни се широки духовни вредности во маркетингот и продажбата, преку развој на нови производи и услуги, производство и влезни и излезни логистички постапки. Организациите исто така имаат потреба од управување со промените барајќи нови процеси и технологии преку поддршка на традиционалните активности како што се менаџментот со човечки ресурси. Ваквиот пристап за е-бизниот ги вклучува ставовите и гледиштата, колку електронските комуникации би можеле да се користат за проширување на сите аспекти во менаџирањето на синџирот за набавки. Тој исто така ја инволвира оптимализацијата на организациониот синџир на вредности, односно корелацијата помеѓу страната која врши снабдувањето на една компанијата со ресурси со страната побарувач на добра и услуги.			
11.	Методи на учење: Метод на студија на случаи, дискусија			

12.	Вкупен расположив фонд на време	180		
13.	Распределба на расположивото време			
14.	Форми на наставните активности	14.1.	Предавања- теоретска настава	45 часови
		14.2.	Вежби (лабораториски, аудиториски), семинари, тимска работа	30 часови
15.	Други форми на активности	15.1	Проектни задачи	35 часови
		15.2.	Самостојни задачи	35 часови
		15.3.	Домашно учење	35 часови
16.	Начин на оценување			
	16.1	Тестови	60 бодови	
	16.2	Семинарска работа/ проект (презентација: писмена и усна)	20 бодови	
	16.3	Активност и учество	20 бодови	
17.	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)	
18.	Услов за потпис и полагање на завршен испит	60% од вкупните поени на колоквиумите или испитот		
19.	Јазик на кој се изведува наставата	Македонски или англиски јазик		
20.	Метод на следење на квалитетот на наставата	Самоевалуација		

1.	Наслов на наставниот предмет	Деловна етика			
2.	Код				
3.	Студиска програма	Маркетинг			
4.	Организатор на студиската програма (единица, односно институт, катедра, оддел)	Факултет за економски науки			
5.	Степен (прв, втор, трет циклус)	Прв циклус			
6.	Академска година / семестар		7.	Број на ЕКТС кредити	6
8.	Предуслови за запишување на Предметот	/			
9.	Цели на предметната програма (компетенции): Целта е студентите да ги увојат поимите морал и етика како основа на современото економско работење, но и нивното влијание на деловните односи и интеракцијата со клиентите (целните групи). Целта на придонесот на деловната етика и укажувањето на примерите од практиката е студентите да се запознаат со моралните проблеми и дилеми од искуството во секојдневното работење во бизнисот, но и со начинот на нивното прифатливо решавање во секојдневната работа на менаџерот.				
10.	Содржина на предметната програма: Со наставата се обработува моралот и етиката во современите стопански односи и бизнис круговите. Се изучуваат категориите морал и етика, како и поимите работен морал, бонтон, трудољубивост, професионалност и сл. Предмет на обработка на деловната етика како наука се вредностите и нормите во рамките на трудовата дејност, а особено внимание се посветува на примената на етичките норми во конкретнитесредини преточени во кодекси на деловниот свет.				
11.	Методи на учење: Метод на студија на случаи, дискусија				
12.	Вкупен расположив фонд на време	180			
13.	Распределба на расположивото време				
14.	Форми на наставните активности	14.1	Предавања- теоретска настава	45 часови	
		14.2	Вежби (лабораториски, аудиториски), семинари, тимска работа	30 часови	
15.	Други форми на активности	15.1	Проектни задачи	20 часови	
		15.2	Самостојни задачи	25 часови	
		15.3	Домашно учење	60 часови	

		.		
16.	Начин на оценување			
16.1.	Тестови		60 бодови	
16.2.	Семинарска работа/ проект (презентација: писмена и усна)		20 бодови	
16.3.	Активност и учество		20 бодови	
17.	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)	
18.	Услов за потпис и полагање на завршен испит	60% од вкупните поени на колоквиумите или испитот		
19.	Јазик на кој се изведува наставата	Македонски или англиски јазик		
20.	Метод на следење на квалитетот на наставата	Самоевалуација		

1.	Наслов на наставниот предмет	Деловен англиски јазик		
2.	Код			
3.	Студиска програма	Маркетинг		
4.	Организатор на студиската програма (единица, односно институт, катедра, оддел)	Факултет за економски науки		
5.	Степен (прв, втор, трет циклус)	Прв циклус		
6.	Академска година / семестар		7. Број на ЕКТС кредити	6
8.	Предуслови за запишување на предметот	Ортографско познавање на англискиот јазик, познавање на основните граматички правила и вокабулар.		
9.	Цели на предметната програма (компетенции): По завршувањето на курсот студентите ќе бидат во можност да ги совладаат најважните комуникациски вештини од областа на економијата. Да го подобрат својот израз, активно да ги употребуваат сите јазични компоненти, како и да ги применат основните принципи на писмена комуникација.			
10.	Содржина на предметната програма: Во рамките на овој предмет студентите ќе ги прошируваат стекнатите граматички знаења и ќе ги усовршуваат своите комуникациски вештини не само во секојдневната комуникација туку и во употребата на стручниот вокабулар.			
11.	Методи на учење: Метод на студија на случаи, дискусија			
12.	Вкупен расположив фонд на време	180		
13.	Распределба на расположивото време			
14.	Форми на наставните активности	14.1.	Предавања- теоретска настава	45 часови
		14.2.	Вежби (лабораториски, аудиториски), семинари, тимска работа	30 часови
15.	Други форми на активности 1	15.1.	Проектни задачи	35 часови
		15.2.	Самостојни задачи	35 часови
		15.3.	Домашно учење	35 часови
16.	Начин на оценување			
	16.1.	Тестови		60 бодови
	16.2.	Семинарска работа/ проект (презентација: писмена и усна)		20 бодови
	16.3.	Активност и учество		20 бодови

17.	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)
18.	Услов за потпис и полагање на завршен испит	60% од вкупните поени на колоквиумите или испитот	
19.	Јазик на кој се изведува наставата	Македонски и англиски јазик	
20.	Метод на следење на квалитетот на наставата	Самоевалуација	