



ЕВРОПСКИ УНИВЕРЗИТЕТ

ФАКУЛТЕТ ЗА ЕКОНОМСКИ НАУКИ

СТУДИСКА ПРОГРАМА - МАРКЕТИНГ

ВТОР ЦИКЛУС НА СТУДИИ

Студиска програма по маркетинг – наставни програми

Со студиската програма по маркетинг за II циклус студии 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 едно-годишните студии и одбрана на магистерскиот труд, студентот се стекнува со звањето: Магистер по маркетинг (Master in Marketing)

Со магистрирањето студентот се стекнува со 60 ЕКТС.

| Р. Бр | Код | Предмет | Вкупен фонд на часови | | Неделен фонд на часови | | ЕКТС | Оптовареност |
|-----------------------------------------------|-------|--------------------------------------------------|-----------------------|-------|------------------------|---|-----------|--------------|
| | | | предавања | вежби | неделно | | | |
| Прв семестар | | | | | | | | |
| 1 | MR511 | Маркетинг менаџмент | 40 | 30 | 3 | 2 | 7 | 210 |
| 2 | MR512 | Меѓународен маркетинг | 40 | 30 | 3 | 2 | 7 | 210 |
| 3. | ME511 | Маркетинг менаџмент на мали претпријатија | 40 | 30 | 3 | 2 | 7 | 210 |
| Два изборни предмети од листите 1 и 2: | | | | | | | | |
| 4 | * | Изборен факултетски предмет (Листа бр. 1) | 35 | 30 | 3 | 2 | 6 | 180 |
| 5 | ** | Изборен универзитетски Листа бр.2 | 15 | 15 | 1 | 1 | 3 | 90 |
| Втор семестар | | | | | | | | |
| 1 | MR521 | Стратегиски маркетинг | 40 | 30 | 3 | 2 | 7 | 210 |
| 2 | MR522 | Маркетинг на услуги | 40 | 30 | 3 | 2 | 7 | 210 |
| | * | Изборен факултетски предмет (Листа бр. 1) | 35 | 30 | 3 | 2 | 6 | 180 |
| | | Пријава, изработка и одбрана на магистерски труд | 15 | 15 | 1 | 1 | 10 | 300 |
| ВКУПНО (Втор циклус) | | | | | | | 60 | 1800 |

Листа на изборни факултетски предмети (Листа бр.1)

| Ред. бр. | Код | Предмет |
|--------------------|--------|----------------------------------------|
| I семестар | | |
| 1. | MR 514 | Маркетинг на трговски претпријатија |
| 2. | ME514 | Претприемништво |
| 3. | MR514 | Маркетинг менаџмент на набавки |
| 4. | MR514 | Маркетинг логистика |
| 5 | MR514 | Непрофитен маркетинг менаџмент |
| II семестар | | |
| 6 | ME523 | Претприемнички маркетинг менаџмент |
| 7 | MR523 | Маркетинг во туризам и угостителство |
| 8 | MR523 | Маркетинг на земјоделски претпријатија |
| 9 | MR523 | Директен маркетинг |
| 10 | PN523 | Право на интелектуална сопственост |

Листа на изборни универзитетски предмети (Листа бр. 2)

| Ред.бр. | Изборни предмети од Универзитетот |
|---------|-----------------------------------|
| 1. | Деловна етика |
| 2. | Англиски јазик |
| 3. | Специјално физичко образование |
| 4. | Економија и криминал |
| 5. | Заштита на тајни податоци |
| 6. | Меѓународни односи и дипломатија |
| 7. | Мултимедија |
| 8. | Интернет технологии |
| 9. | Информатички технологии |
| 10. | Фотографија |
| 11. | Моделирање |
| 12. | Висуелни комуникации |
| 13. | Ергономија |
| 14. | Превентивна стоматологија |
| 15. | Оргална хирургија |

По завршувањето на студиите, студентот се стекнува со звање: **Магистер по маркетинг (M.Sc in Marketing)**, што се вреднува со **60 ЕКТС**.

ОПИС НА ПРЕДМЕТИ

ПРВ СЕМЕСТАР – ЗАДОЛЖИТЕЛНИ ПРЕДМЕТИ

| | | | | | |
|-----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------|----------------------|---|
| 1. | Наслов на наставен предмет | Маркетинг менаџмент | | | |
| 2. | Код | MR511 | | | |
| 3. | Студиска програма | Маркетинг | | | |
| 4. | Организатор на студиска програма (единица односно институт, катедра, оддел) | Факултет за економски науки | | | |
| 5. | Степен (прв, втор, трет циклус) | Втор циклус 4+1 | | | |
| 6. | Академска година/семестар | 5/9 | 7. | Број на ЕКТС кредити | 8 |
| 8. | Предуслови за запишување на предметот | Основи на маркетинг, Производ, Промоција, Дистрибуција на производи, Цени | | | |
| 9. | <p>Цели на предметната програма (компетенции) :</p> <p>Со изучување на овој предмет студентите треба да се стекнат со продлабочени знаења 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.</p> | | | | |
| 10. | <p>Содржина на предметната програма:</p> <p>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 макрооколината 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.</p> | | | | |
| 11. | <p>Метод на учење:</p> <p>Метод на студија на случај и дискусија</p> | | | | |
| 12. | Вкупен расположив фонд на време | 8 ЕКТСx30часа =240 часа | | | |
| 13. | Распределба ба расположивото време | 45+30+50+50+65 =240 часа | | | |
| 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 | 50часа | |
| | | 15.2. | Самостојни задачи | 50часа | |

| | | | | |
|-----|---------------------------------------------|--------------------------------------------------------|---------------------------------------------------|----------------|
| | | 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 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 | MR512 | | | |
| 3. | Студиска програма | Маркетинг | | | |
| 4. | Организатор на студиска програма (единица односно институт, катедра, оддел) | Факултет за економски науки | | | |
| 5. | Степен (прв, втор, трет циклус) | Втор циклус 4+1 | | | |
| 6. | Академска година/семестар | 5/9 | 7. | Број на ЕКТС кредити | 8 |
| 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 маркетинг активностите. Организација на оперативните служби на ММ. Кој може да биде меѓународен маркетер (лични и професионални квалитети). | | | | |
| 11. | Метод на учење: Метод на студија на случај, дискусија | | | | |
| 12. | Вкупен расположив фонд на време | 8 ЕКТС x 30 часа =240 часа | | | |
| 13. | Распределба ба расположивото време | 45+30+35+35+95=240 часа | | | |
| 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 | 35 часа | |

| | | | | |
|-----|---------------------------------------------|--------------------------------------------------------|---------------------------------------------------|----------------|
| | | 15.3. | Домашно учење | 95 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 | Маркетинг менаџмент на мали претпријатија | | |
| 2. | Код | ME511 | | |
| 3. | Студиска програма | Маркетинг | | |
| 4. | Организатор на студиска програма (единица односно институт, катедра, оддел) | Факултет за економски науки | | |
| 5. | Степен (прв, втор, трет циклус) | Втор циклус 4+1 | | |
| 6. | Академска година/семестар | 5/9 | 7. | Број на ЕКТС кредити |
| | | | | 8 |
| 8. | Предуслови за запишување на предметот | Основи на маркетинг, маркетинг на претпријатија | | |
| 9. | <p>Цели на предметната програма (компетенции) : Приоритет во предметната програма по предметот: Маркетинг менаџмент на мали претпријатија, се дава на изучување на маркетинг менаџментот во малите претпријатија тоест малите бизниси изразено според претприемачката технологија. Целта на студентите од втор циклус на студии е да ги совладаат неопходните прашања и тоа од базичните согледувања на поимите: дефинирање на малиот бизнис, како преку маркетингот се истражува во малиот бизнис, инструментите на маркетингот со базни сознанија и практична примена, како се управува и раководи со маркетингот во малиот бизнис, како се организира малиот бизнис и како се контролираат маркетинг активностите .</p> | | | |
| 10. | <p>Содржина на предметната програма:</p> <p>1. Улогата на маркетингот во малиот бизнис (по првиот дел се дава осврт на карактеристиките на малиот бизнис, значењето на бизнисите за Македонија, почнувањето со работа на малиот бизнис, бизнис идеја, визија, мисија, цели и стратегија, организациона култура на малиот бизнис, животен циклус на малиот бизнис и извори на финансирање на малите бизниси).</p> <p>2. Маркетинг истражување во малиот бизнис (во вториот дел се дава осврт на потребата од маркетинг истражување, процесите на маркетинг истражување, дефинирање на проблем, форма и анализа на податоци за истражување, методите на маркетинг истражување, истражување на структурата на пазарот, предвидувањата во малиот бизнис и сегментирање на пазарот на малиот бизнис).</p> <p>3. Инструменти на маркетингот (во третиот дел обработени се инструментите на маркетингот: производ, начините на продажба на производот, цените на производите на малиот бизнис, промоција на производите на малиот бизнис).</p> <p>4. Управување и раководење со маркетингот во малиот бизнис (во четвртиот дел се посветува внимание на елаборирање за планирањето на малиот бизнис, суштината на маркетинг планирањето, подготвување на маркетинг план, утврдување на маркетинг стратегии, разработка на тактички маркетинг програми и планови за акција, организација на маркетингот во малиот бизнис и контрола на</p> | | | |

| | | | | |
|-----|------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------|----------------|
| | маркетинг активностите). | | | |
| 11. | Метод на учење: Метод на студија на случаи и дискусија | | | |
| 12. | Вкупен расположив фонд на време | 8x30=240 часа | | |
| 13. | Распределба ба расположивото време | 45+30+65+50+50 = 240 часа | | |
| 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 | 65 часа |
| | | 15.2 | Самостојни задачи | 50 часа |
| | | 15.3 | Домашно учење | 50 часа |
| 16. | Начин на оценување | | | |
| | 17.1. | Тестови | | 60 бодови |
| | 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 | Стратегиски маркетинг | | | |
| 2. | Код | MR521 | | | |
| 3. | Студиска програма | Маркетинг | | | |
| 4. | Организатор на студиска програма (единица односно институт, катедра, оддел) | Факултет за економски науки | | | |
| 5. | Степен (прв, втор, трет циклус) | Втор циклус 4+1 | | | |
| 6. | Академска година/семестар | 5/10 | 7. | Број на ЕКТС кредити | 8 |
| 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-стратегија зависно од положбата на претпријатието на пазарот (стратегија на пазарни лидери, стратегија на пазарни предизвикувачи, стратегија на пазарни следбеници, стратегија на пазарни тампонери) како и за маркетинг-стратегија во услови на недостиг на производи, во инфлација и рецесија, маркетинг-стратегија 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 и дискусија | | | | |
| 12. | Вкупен расположив фонд на време | 8 ЕКТС x 30 часа = 240 часа | | | |
| 13. | Распределба ба расположивото време | 45+30+55+55+55 = 240 часа | | | |
| 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 | 55 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 наставен предмет | Маркетинг на услуги | | | |
| 2. | Код | MR522 | | | |
| 3. | Студиска програма | Маркетинг | | | |
| 4. | Организатор на студиска програма (единица односно институт, катедра, оддел) | Факултет за економски науки | | | |
| 5. | Степен (прв, втор, трет циклус) | Втор циклус 4+1 | | | |
| 6. | Академска година/семестар | 5/10 | 7. | Број на ЕКТС кредити | 8 |
| 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 | 8 ЕКТС x 30 часа = 240 часа | | | |
| 13. | Распределба ба расположивото време | 45+30+35+35+95 = 240 часа | | | |
| 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 | 35 часа | |
| | | 15.3. | Домашно учење | 95 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 ФАКУЛТЕТСКИ ПРЕДМЕТИ

| | | | | | |
|-----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------------------------------|----------------------|
| 1. | Наслов на наставен предмет | | Маркетинг на трговски претпријатија | | |
| 2. | Код | | MR514 | | |
| 3. | Студиска програма | | Маркетинг | | |
| 4. | Организатор на студиска програма (единица односно институт, катедра, оддел) | | Факултет за економски науки | | |
| 5. | Степен (прв, втор, трет циклус) | | Втор циклус 4+1 | | |
| 6. | Академска година/семестар | | 5/9 | 7. | Број на ЕКТС кредити |
| 8. | Предуслови за запишување на предметот | | Основи на маркетинг | | |
| 9. | Цели на предметната програма (компетенции) : Цел на курсот е студентите да се запознаат со маркетинг на трговски претпријатија. | | | | |
| 10. | Содржина на предметната програма: Трговските претпријатија - поим, видови и значење, макро и микро околина на трговските претпријатија, управување и раководење со маркетинг активностите во трговските претпријатија, планирање на маркетингот во трговските претпријатија, контрола и ревизија на маркетинг активностите во трговските претпријатија, примена на маркетинг микс во трговските претпријатија, практични примери | | | | |
| 11. | Метод на учење: Метод на студија на случаи, дискусија | | | | |
| 12. | Вкупен расположив фонд на време | | 7 ЕКТС x 30 часа = 210 часа | | |
| 13. | Распределба ба расположивото време | | 45+30+40+40+55 = 210 часа | | |
| 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 | 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) (А) |
| 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 | Претприемништво | | | |
| 2. | Код | ME514 | | | |
| 3. | Студиска програма | Маркетинг | | | |
| 4. | Организатор на студиска програма (единица односно институт, катедра, оддел) | Факултет за економски науки | | | |
| 5. | Степен (прв, втор, трет циклус) | Втор циклус 4+1 | | | |
| 6. | Академска година/семестар | 5/9 | 7. | Број на ЕКТС кредити | 7 |
| 8. | Предуслови за запишување на предметот | Менаџмент, Менаџмент на мал бизнис, Маркетинг | | | |
| 9. | Цели на предметната програма (компетенции) : Целта на курсот е студентите да се запознаат со претприемништвото, кое претставува деловна активност која донесува материјална корист на поединецот и колективот. Од аспект на развој, тоа се толкува како тежнение за успех и постигнување на парична корист. Претприемништвото денес е значаен фактор на реструктурирање како на фирмите и корпорациите, така и на цели региони, и национални економии, па од тука произлегува и неговата важност, како предмет на изучување. | | | | |
| 10. | Содржина на предметната програма: Дефинирање на претприемништвото, подрачја на претприемништвото, окружување, улогата на претприемништвото во економијата. Формирање ефективен бизнис, бизнис план и почеток на бизнисот, сопствеништво и финансирање, водич за започнување на бизнисот. Успеси и неуспеси на претприемништвото, проблеми и замки со кои се соочува претприемачот, предности и слабости на претприемништвото. Предметот ги изучува основните карактеристики на претприемништвото и на претприемничкото однесување: иновација, ризик, реалокација на ресурсите кон најпродуктивните точки на употреба и комбинација, рекомбинација и супституција на факторите на производство. Во предметот се елаборираат и искуствата на развојот и мерките и инструментите на поддршка на малите и средни претпријатија, како и претприемништвото во развиените земји, земјите во развој и земјите во транзиција, а во тој контекст и во Република Македонија. | | | | |
| 11. | Метод на учење: Метод на студија на случаи, дискусија. | | | | |
| 12. | Вкупен расположив фонд на време | 7 ЕКТС x 30 часа = 210 часа | | | |
| 13. | Распределба ба расположивото време | 45+30+40+40+55 = 210 часа | | | |
| 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 | 40 часа | |
| | | 15.2. | Самостојни задачи | 40 часа | |
| | | 15.3. | Домашно учење | 55 часа | |
| 16. | Начин на оценување | | | | 60 бодови |
| | 16.1. | Два колоквиума | | | |

| | | | |
|-----|---------------------------------------------|---------------------------------------------------|----------------|
| | 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 наставен предмет | Маркетинг менаџмент на набавки | | | |
| 2. | Код | MR514 | | | |
| 3. | Студиска програма | Маркетинг | | | |
| 4. | Организатор на студиска програма (единица односно институт, катедра, оддел) | Факултет за економски науки | | | |
| 5. | Степен (прв, втор, трет циклус) | Втор циклус 4+1 | | | |
| 6. | Академска година/семестар | 5/9 | 7. | Број на ЕКТС кредити | 7 |
| 8. | Предуслови за запишување на предметот | Основи на економија, Маркетинг | | | |
| 9. | Цели на предметната програма (компетенции) : Целта е студентите да се запознаат со процесот на набавки во компаниите | | | | |
| 10. | Содржина на предметната програма: Поим за набавки и нивни карактеристики. Набавките как опрос, деловна функција и стручна служба во компаниите. Однос помеѓу набавките и маркетингот. Набавките и системот за квалитет. Форми и начини на набавка: централизирани и децентрализирани набавки, директни и индиректни набавки, непосредни и посредни набавки. Процес на набавки. Избор и односи со добавувачи. Спроведување и менаџирање на набавки. Планирање, организирање, извршување и контрола на набавки. Контрола и тек на материјали. Мерење и подобрување на резултатите во набавките. | | | | |
| 11. | Метод на учење: Метод на студија на случаи, дискусија | | | | |
| 12. | Вкупен расположив фонд на време | 7 ЕКТС x30 часа=210 часа | | | |
| 13. | Распределба ба расположивото време | 45+30+45+35+55=210 часа | | | |
| 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 | 35 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 наставен предмет | | Маркетинг логистика | | |
| 2. | Код | | MR 514 | | |
| 3. | Студиска програма | | Маркетинг | | |
| 4. | Организатор на студиска програма (единица односно институт, катедра, оддел) | | Факултет за економски науки | | |
| 5. | Степен (прв, втор, трет циклус) | | Втор циклус 4+1 | | |
| 6. | Академска година/семестар | | 5/9 | 7. | Број на ЕКТС кредити |
| 8. | Предуслови за запишување на предметот | | Основи на маркетинг | | |
| 9. | Цели на предметната програма (компетенции) : Целта на овој курс е студентите да се запознаат со маркетинг логистика. | | | | |
| 10. | Содржина на предметната програма: Цели и задачи на маркетинг логистиката. Одлучување за маркетинг логистиката (процесирање на нарачките, управување со складишните капацитети и управување со залихите, шпедиција, транспорт, осигурување, контрола на квалитетот и количината). Маркетинг аспекти на управувањето со квалитетот. Контрола на ефикасноста на маркетинг дистрибуцијата и логистиката. | | | | |
| 11. | Метод на учење: Метод на студија на случај, дискусија | | | | |
| 12. | Вкупен расположив фонд на време | | 7 ЕКТС x30 часа=210 часа | | |
| 13. | Распределба ба расположивото време | | 45+30+45+35+55=210 часа | | |
| 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 | 35 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) (А) |
| 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 | Непрофитен маркетинг менаџмент | | |
| 2. | Код | MR 514 | | |
| 3. | Студиска програма | Маркетинг | | |
| 4. | Организатор на студиска програма (единица односно институт, катедра, оддел) | Факултет за економски науки | | |
| 5. | Степен (прв, втор, трет циклус) | Втор циклус 4+1 | | |
| 6. | Академска година/семестар | 5/9 | 7. Број на ЕКТС кредити | 7 |
| 8. | Предуслови за запишување на предметот | Основни познавања за маркетингот | | |
| 09. | Цели на предметната програма (компетенции) : Целта на овој предмет е да ги запознае студентите со теоретските и практичните аспекти на маркетинг менаџментот во непрофитниот сектор. | | | |
| 10. | Содржина на предметната програма: Предметот им отвора можности на студентите да развијат аналитички способности и критичко размислување. Клучна цел на предметот е студентите да сфатат дека е неопходен маркетинг менаџментот во непрофитниот сектор исто како што е потребен и во профитниот. Исто така целта на предметот е да ги запознае студентите со работењето на тие претпријатија. Преку содржината на предметот се запознаваат студентите со примената на општите принципи на менаџментот и маркетингот во овие претпријатија како и со потребните вештини на менаџментот во непрофитните организации. Преку овој предмет студентите се запознаваат со процесот на планирање во непрофитните организации како и со тешкотиите и спецификите на овој непрофитен сектор. Ова знаење ни дава можност за решавање на конкретни проблеми па оттука се согледува и значењето на овој предмет. | | | |
| 11. | Метод на учење: Метод на студии на случај, дискусија | | | |
| 12. | Вкупен расположив фонд на време | 7 ЕКТС x30 часа=210 часа | | |
| 13. | Распределба на расположивото време | 45+30+45+35+55=210 часа | | |
| 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 | 35 часа |
| | | 15.3. | Домашно учење | 55 часа |
| 16. | Начин на оценување | | | |
| | 16.1. | Тестови | | 60 бодови |
| | 16.2. | Семинарска работа/проект (презентација-писмена и | | 20 бодови |

| | | | |
|-------|---------------------------------------------|---------------------------------------------------|----------------|
| | усна) | | |
| 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 | Претприемнички маркетинг менаџмент | | | |
| 2. | Код | ME523 | | | |
| 3. | Студиска програма | Маркетинг | | | |
| 4. | Организатор на студиска програма (единица односно институт, катедра, оддел) | Факултет за економски науки | | | |
| 5. | Степен (прв, втор, трет циклус) | Втор циклус 4+1 | | | |
| 6. | Академска година/семестар | 5/10 | 7. | Број на ЕКТС кредити | 7 |
| 8. | Предуслови за запишување на предметот | Основи на маркетинг, Основи на менаџмент, Деловно планирање | | | |
| 9. | <p>Цели на предметната програма (компетенции) : Приоритет во предметната програма се дава на изучување на карактеристики и примена на претприемачкиот менаџмент, современите теории за претприемачкиот менаџмент, суштинските гледања за претприемништвото, осврт и анализа на претприемачката маркетинг менаџмент контрола, пазарните стратегии и нивни почетици насоки за развој, претприемачки планови, однесување на претприемачите, претприемачка економија, корпоративски маркетинг менаџмент и претприемништвото во нашата земја.</p> | | | | |
| 10. | <p>Содржина на предметната програма:</p> <ol style="list-style-type: none"> Претприемачки маркетинг менаџмент како реалност (во првиот дел се дава осврт на карактеристиките на претприемачкиот маркетинг менаџмент и примената на маркетинг менаџмент во претприемништвото). Претприемачки маркетинг менаџмент и современите економски теории (во вториот дел се прикажуваат теориите на Стивен Химер за специфични предности на фирмата, Теоријата на животен циклус на производот на Рајмон Вернон, Парадигмата на Џон Данинг и теоријата на мајкл Портер за конкурентска предност на нациите). Суштина на претприемништвото (третиот дел ја разработува појавата и развојот на претприемништвото, универзалната улога на претприемништвото, поединецот и претприемништвото, претприемачот и неговата улога како и школите за претприемачки маркетинг менаџмент). Анализа на претприемачката маркетинг околина (четвртиот дел дава акцент за бихевиористичкиот пристап на претприемништвото, природот кон пазарот, значење на иновациите, ризикот во работење, човечкиот фактор како ресурс, и економската околина и претприемништвото) Разување на пазарни стратегии (петтиот дел прикажува модели за планирање на мали фирми, бизнис ангели, сфери на пласман и мотиви и критериуми за инвестирање). Маркетинг активности и развивање на претприемачки план (шестиот дел акцент става на значење на бизнис планот и видови, буџет, изработка на планот и улога на маркетинг активностите во планирањето). Организација на претприемачко однесување (во овој дел се прикажани мотивациите во развојот и функционирае на претприемништвото, претприемачко однесување, културата и улогата на сновачот и креативноста како фактор за успешен претприемач). Контрола и извршување на претприемачки маркетинг активности (застапени се целта на претприемачката контрола и контрола на маркетинг системот во | | | | |

| | | | | |
|-----|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------|----------------|
| | <p>претприемништвото).</p> <p>9. Претприемачки маркетинг менаџмент и претприемачка економија (застапени се институционалните проблеми на претприемништвото, моделите на економску бум на Емилија Ромања, бизнис линк организации и бизнис мрежи).</p> <p>10. Корпорациски маркетинг менаџмент (застапено е корпорациското претприемништво, карактеристики на интерпретприемачот, корпорациски потфати и планирање на претприемништвото).</p> <p>11. Претприемништвото во Република Македонија (застапени се проблеми за македонската економија, политики на поддршка на малите и средни претпријатија, претприемништвото во европските земји, претприемачки инкубатори и зони, каде се македонските бизнис ангели?, и без добра инвестициска клима не се појавуваат "ангелските инвеститори"</p> | | | |
| 11. | Метод на учење: Метод на студија на случаи, дискусија | | | |
| 12. | Вкупен расположив фонд на време | 7 ЕКТС кредити x 30 часа = 210 часа | | |
| 13. | Распределба ба расположивото време | 45+30+50+35+50 = 210 часа | | |
| 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 | 50 часа |
| | | 15.2. | Самостојни задачи | 35 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 јазк | | |
| 20. | Метод на следење на квалитетот на наставата | Самоевалуација | | |

| | | | | | |
|-----|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------|-------------------------|-------------|
| 1. | Наслов на наставен предмет | | Маркетинг во туризам и угостителство | | |
| 2. | Код | | MR 523 | | |
| 3. | Студиска програма | | Маркетинг | | |
| 4. | Организатор на студиска програма (единица односно институт, катедра, оддел) | | Факултет за економски науки | | |
| 5. | Степен (прв, втор, трет циклус) | | Втор циклус 4+1 | | |
| 6. | Академска година/семестар | | 5/10 | 7. Број на ЕКТС кредити | 7 |
| 8. | Предуслови за запишување на предметот | | Основни познавања од маркетингот | | |
| 9. | Цели на предметната програма (компетенции) : Целта на предметот е да ги запознае студентите со теоретските и практичните аспекти на маркетинг менаџментот во туризмот и угостителството | | | | |
| 10. | Содржина на предметната програма: Основната цел на овој предмет е да ги оспособи студентите да го разберат маркетингот како бизнис филозофија во контекст на дејноста на туризам и угостителство. Студентите треба да се стекнат со знаења кои ќе им помогнат да ги сфатат основните елементи на маркетингот: производ, цена, дистрибуција и промоција во подрачјето на туризмот и угостителството. На овој начин, студентите ќе се запознаат со општите принципи на маркетинг и менаџмент во претпријатијата. Исто така, студентите ќе бидат способни да ги разберат и разрешат специфичните проблеми од оваа област со кои ќе се сретнат во практиката. | | | | |
| 11. | Метод на учење: Метод на студија на случај, дискусија | | | | |
| 12. | Вкупен расположив фонд на време | | 7 ЕКТС x30 часа=210 часа | | |
| 13. | Распределба на расположивото време | | 45+30+45+35+55=210 часа | | |
| 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 | | 35 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 | | 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 наставен предмет | Маркетинг на земјоделски претпријатија | | | |
| 2. | Код | MR523 | | | |
| 3. | Студиска програма | Маркетинг | | | |
| 4. | Организатор на студиска програма (единица односно институт, катедра, оддел) | Факултет за економски науки | | | |
| 5. | Степен (прв, втор, трет циклус) | Втор циклус 4+1 | | | |
| 6. | Академска година/семестар | 5/10 | 7. | Број на ЕКТС кредити | 7 |
| 8. | Предуслови за запишување на предметот | Основи на маркетинг | | | |
| 9. | Цели на предметната програма (компетенции) : Целта на предметот е да ги запознае студентите со теоретските и практичните аспекти на маркетингот во земјоделските претпријатија | | | | |
| 10. | Содржина на предметната програма: Предметот им отвора можности на студентите да развијат аналитички способности и критичко размислување; Клучна цел на предметот е студентите да се запознаат со маркетинг концепцијата за работењето на претпријатијата во современи услови. Наставната програма на маркетингот во земјоделските претпријатија е ставен согласно на основните задачи и цели на Економскиот факултет, како и во согласност со современите светски трендови од областа на земјоделието. Со оваа наставна програма студентите се стекнуваат со неопходните знаења за работа во земјоделскиот сектор. Реализацијата на наставната програма е јасно и недвосмислено конципирана со очекување дека студентите по завршувањето на студиите ќе се стекнат со знаење и ќе бидат способни активно да се вклучат во оваа област. Преку сето ова студентите се запознаваат и ги воочуваат конкретните проблеми и размислуваат како да се решат таквите проблеми. Од ова се согледува дека е големо значењето на овој предмет. | | | | |
| 11. | Метод на учење: Метод на студија на случаи, дискусија | | | | |
| 12. | Вкупен расположив фонд на време | 7 ЕКТС x30 часа=210 часа | | | |
| 13. | Распределба ба расположивото време | 45+30+45+35+55=210 часа | | | |
| 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 | 35 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 наставен предмет | Директен маркетинг | | |
| 2. | Код | MR 523 | | |
| 3. | Студиска програма | Маркетинг | | |
| 4. | Организатор на студиска програма (единица односно институт, катедра, оддел) | Факултет за економски науки | | |
| 5. | Степен (прв, втор, трет циклус) | Втор циклус 4+1 | | |
| 6. | Академска година/семестар | 5/10 | 7. | Број на ЕКТС кредити |
| | | | | 7 |
| 7. | Наставник | Проф. д-р Савица Димитриеска | | |
| 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 случај и дискусија | | | |
| 12. | Вкупен расположив фонд на време | 7 ЕКТС x30 часа=210 часа | | |
| 13. | Распределба ба расположивото време | 45+30+45+35+55=210 часа | | |
| 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 | 35 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 наставен предмет | Право на интелектуална сопственост | | | |
| 2. | Код | PN523 | | | |
| 3. | Студиска програма | Маркетинг | | | |
| 4. | Организатор на студиска програма (единица односно институт, катедра, оддел) | Факултет за економски науки | | | |
| 5. | Степен (прв, втор, трет циклус) | Втор циклус 4+1 | | | |
| 6. | Академска година/семестар | 5/10 | 7. | Број на ЕКТС кредити | 7 |
| 8. | Предуслови за запишување на предметот | Основни и општи познавања на правото и економијата | | | |
| 9. | Цели на предметната програма (компетенции) : Целта на предметот е да ги оспособи студентите за следново: Да го разберат комплексниот систем на Правото на интелектуална сопственост како систем на норми за регулирање на елементите на индустриската сопственост и авторското право и сродните права. Да ги разберат различните видови права на интелектуалната сопственост, нивното настанување, промена и заштита. Да се оспособат да ги менаџираат субјективните права од Интелектуалната сопственост Да се подготват за успешно вклучување во заштитата на правата од индустриска сопственост со полагање на стручни испити за застапници во областа Да стекнат способност за ефикасна примена на регулативата од оваа област како релативно ново и важно правно подрачје Оваа предметна програма е поврзана со маркетингот од аспект на правна заштита и менаџирање со брендovите кои се значајни стратешки производи на секоја компанија. | | | | |
| 10. | Содржина на предметната програма: Интелектуалното творештво и специфичните активности на луѓето во индустријата, науката, уметноста се можност за економски развој, но и предизвик за правото за нивно адекватно нормирање.Предметот оттаму, на соодветен начин ги презентира основите на индустриската сопственост, авторското право и правото на спречување нелојална конкуренција.Предметната програма опфаќа содржини кои се однесуваат на поимот, настанувањето и развојот на Правото на интелектуалната сопственост, односот со други правни гранки, домашни и меѓународни извори на ова право.Посебно внимание ќе се посвети на со законот утврдените права на индустриска сопственост, авторските и сродни права, нивната прометливост и правана заштита.. | | | | |
| 11. | Метод на учење: студија на случај и дискусија | | | | |
| 12. | Вкупен расположив фонд на време | 7x30 = 210 часа | | | |
| 13. | Распределба ба расположивото време | 45+30+45+45+45=210 часа | | | |
| 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 колоквиумите или писмениот испит | |
| 19. | Јазик на кој се изведува наставата | | Македонски или англиски јазик | |
| 20. | Метод на следење на квалитетот на наставата | | Самоевалуација | |