

РЕФЕРАТ
ЗА ИЗБОР НА НАСТАВНИК ВО СИТЕ НАСТАВНО-НАУЧНИ ЗВАЊА ВО
НАСТАВНО-НАУЧНАТА ОБЛАСТ (ДИСЦИПЛИНА) МАРКЕТИНГ
НА ЕКОНОМСКИОТ ФАКУЛТЕТ ВО СКОПЈЕ

Врз основа на конкурсот на Универзитетот „Св. Кирил и Методиј“ во Скопје, Економски факултет – Скопје, објавен во весниците „Слободен печат“ и „Коха“ од 30.4.2025 година, за избор на наставник во сите наставно-научни звања во наставно-научната област (дисциплина) маркетинг (5.02.00.05), по предметот Креативност и маркетинг на содржина, и врз основа на Одлуката на Наставно-научниот совет, бр. 02-1046/13 од 3.6.2025, донесена на 30.5.2025, формирана е Рецензентска комисија во состав: д-р Снежана Ристевска-Јовановска, редовен професор на Економскиот факултет во Скопје, д-р Анита Циунова-Шулеска, редовен професор на Економскиот факултет во Скопје и д-р Николина Паламидовска-Стерјадовска, редовен професор на Економскиот факултет во Скопје.

Како членови на Рецензентската комисија, по прегледувањето на доставената документација го поднесуваме следниов

ИЗВЕШТАЈ

На објавениот конкурс за избор на еден наставник во сите наставно-научни звања во научната област маркетинг (5.02.00.05), по предметот Креативност и маркетинг на содржина, во предвидениот рок се пријави само 1 (еден) кандидат, ас. д-р Ирена Богоевска-Гаврилова, вработена на Економскиот факултет во Скопје од декември 2020 година.

1. БИОГРАФСКИ ПОДАТОЦИ И ОБРАЗОВАНИЕ

Кандидатката д-р Ирена Богоевска-Гаврилова е родена на 20.12.1989, во Скопје. Средно образование завршила во СУГС „Орце Николов“ во Скопје со континуиран одличен успех 5 (пет). Со високо образование се стекнала на Економскиот факултет во Скопје при Универзитетот „Св. Кирил и Методиј“ во Скопје, каде што се запишала во 2008 година, а дипломирала во 2012 година на студиската програма Е-бизнис со просечен успех 9,72 (девет записка седумдесет и два).

Кандидатката активно се служи со англискиот јазик, а ги владее и германскиот и италијанскиот јазик.

Во учебната 2012/2013 година се запишала на втор циклус (магистерски) студии на Економскиот факултет во Скопје при Универзитетот „Св. Кирил и Методиј“ во Скопје, на студиската програма Маркетинг. Студиите ги завршила на 5.6.2015 година, со просечен успех 10 (десет). На 5.6.2015 година го одбрала магистерскиот труд на тема „Перцепциите на вработените за улогата на маркетинг-менџерите во трговските друштва во Македонија“.

Во учебната 2020/2021 година се запишала на третиот циклус студии при Докторската школа на УКИМ, поле: економски науки, област: маркетинг. Докторска дисертација пријавила во јуни 2022 година на Економскиот факултет во Скопје при Универзитетот „Св. Кирил и Методиј“ во Скопје. Дисертацијата на тема: **МАРКЕТИНГОТ ПРЕКУ ИНФЛУЕНСЕРИ И НАМЕРАТА ЗА КУПУВАЊЕ: ФОКУС НА КРЕДИБИЛИТЕТОТ И ДОВЕРБАТА ВО БРЕНД-СОДРЖИНАТА НА СОЦИЈАЛНИТЕ МЕДИУМИ** ја одбрала на 14.2.2025 година, пред Комисија во состав: проф. д-р Николина Паламидовска-Стерјадовска, проф. д-р Анита Циунова-Шулеска, проф. д-р Снежана Ристевска-Јовановска, проф. д-р Ежени Брзовска и проф. д-р Димитар Јовевски. Со тоа се стекнала со научниот степен доктор на науки од научната област економски науки.

На 31.1.2020 година е избрана во соработничко звање – асистент во научната област: маркетинг, на Економскиот факултет во Скопје (Билтен на УКИМ бр. 1204 од 1.12.2019 година). Во моментот, кандидатката е асистент во научната област: маркетинг, на Економскиот факултет во Скопје. Последниот реферат за избор е објавен во Билтен бр. 1270 од 15.10.2022 година.

Рецензентската комисија ги имаше предвид вкупните научни, стручни, педагошки и други остварувања на кандидатката од почетокот на кариерата, објавени во Билтен бр. 1204 од 1.12.2019 година и бр. 1270 од 15.10.2022 година, како и вкупните научни, стручни, педагошки и други остварувања на кандидатката од последниот избор до денот на пријавата, врз основа на сета поднесена документација која е од важност за изборот.

2. НАУЧНИ, СТРУЧНИ, ПЕДАГОШКИ И ДРУГИ ОСТВАРУВАЊА НА КАНДИДАТКАТА ОД ПОСЛЕДНИОТ ИЗБОР ДО ДЕНОТ НА ПРИЈАВАТА

Наставно-образовна дејност

Во рамките на наставно-образовната дејност на УКИМ, Економски факултет – Скопје, кандидатката д-р Ирена Богоевска-Гаврилова изведувала вежби по предметите: Интегрирани маркетинг-комуникации, Маркетинг-менаџмент, Дигитален маркетинг и Меѓународен маркетинг, на прв циклус студии на студиската програма Маркетинг. Во изведувањето вежби, кандидатката користи соодветни наставно-образовни методи со што успешно ги организира и ги спроведува вежбите. Покрај подготовката и изведувањето вежби, кандидатката учествува во: изведување на испити, континуирана и конечна проверка на знаењето; прием (консултации) на студенти; научно и стручно усовршување; научноистражувачки проекти; објавување на научни и стручни трудови; вршење други педагошки обврски и работи утврдени со закон, колективен договор или други акти на Универзитетот и Факултетот.

Кандидатката д-р Ирена Богоевска-Гаврилова учествувала во дизајнирање и подготовка на една нова предметна програма на прв циклус студии (Креативност и маркетинг на содржина) на студиската програма Маркетинг, на Економскиот факултет во Скопје, Универзитет „Св. Кирил и Методиј“ во Скопје.

Конкретните активности кои припаѓаат во наставно-образовната дејност, релевантни за изборот, се наведени во табелата во Образец 2 од Правилникот за избор, со датуми и други релевантни податоци, во прилог на овој извештај.

Научноистражувачка дејност

Д-р Ирена Богоевска-Гаврилова има објавено вкупно 23 научни трудови од областа маркетинг, од кои една монографија, три научни труда во научни списанија со фактор на влијание, индексирани во Web of Science, еден научен труд во научно списание со фактор на влијание, индексирано во Scopus и Ebsco; еден труд во меѓународно научно списание кое нема фактор на влијание, а е индексирано во Ebsco; еден труд во меѓународно научно списание во кое трудовите што се објавуваат подлежат на рецензија и кое има меѓународен уредувачки одбор; шест труда објавени во зборници на трудови од научни собири со меѓународен уредувачки одбор; четири труда објавени во зборници на трудови на в.о. установа и шест апстракти објавени во зборници на трудови од научни собири со меѓународен уредувачки одбор.

Д-р Ирена Богоевска-Гаврилова учествувала во два меѓународни научни проекта и во два национални научни проекта.

Кандидатката рецензирала 5 научни трудови во реномирани меѓународни научни списанија.

Називите на трудовите, проектите и сл. се наведени во табелата во Образец 2 од Правилникот за избор, со датуми и други релевантни податоци, во прилог на овој извештај.

Стручно-апликативна дејност и дејност од поширок интерес

Д-р Ирена Богоевска-Гаврилова активно е вклучена во стручно-апликативната работа на Економскиот факултет во Скопје и во други дејности од поширок интерес.

Д-р Ирена Богоевска-Гаврилова стручно усовршување во странство остварила со студиски престој во Загреб, Р Хрватска, на Универзитетот за економија и бизнис во Загреб, во периодот 19 – 28 март 2023 година, каде што соработувала со проф. д-р Џурџана Озретич Дошен.

Особена активност кандидатката д-р Ирена Богоевска-Гаврилова покажува во дејностите од поширок интерес. Активно е вклучена во работата на стручни комисии и работни групи при Економскиот факултет во Скопје:

- Изборна комисија за спроведување на изборите за претседател и членови на Факултетското студентско собрание на Економскиот факултет во Скопје;
- Избирачки одбор за спроведување на изборите за претседател и членови на Факултетското студентско собрание на Економскиот факултет во Скопје;
- Комисија за промоција која ќе изврши промоција на Економскиот факултет во Скопје, преку користење социјални медиуми, а заради информирање и запознавање на идните студенти со студиските програми;
- Работен тим за спроведување на дел од активностите утврдени со Конкурсот за упис на студенти на прв циклус студии;

- Организациски одбор за организација и реализација на активностите и настаните поврзани со одбележување на јубилејот 75 години од основањето на Универзитетот „Св. Кирил и Методиј“ во Скопје, Економски факултет – Скопје;
- Административно тело за подготовка и реализација на активностите кои ќе ги презема Одборот за поддршка (алумни) на Универзитетот „Св. Кирил и Методиј“ во Скопје, Економски факултет – Скопје;
- Организационен одбор по повод одбележување на јубилеј 20 години депарتمان Е-бизнис, во рамки на Универзитетот „Св. Кирил и Методиј“ во Скопје, Економски факултет – Скопје;
- Работен тим за подготовка на содржина на англиски јазик за ажурирање на податоците на англиската верзија на веб-страницата на Економски факултет -Скопје, кои се однесуваат на студиската програма Маркетинг на прв циклус студии;
- Поткомисија за подготовка и реализација на GAP-анализа, како активност во рамки на процесот за стекнување на Универзитетот „Св. Кирил и Методиј“ во Скопје, Економски факултет – Скопје, со AACSB-акредитација;
- Уредувачки одбор за изработка на Водич низ студии за прв и за втор циклус студии и Наставни програми за студентите од прв циклус студии;
- Комисија за попис на основните средства на Економски факултет – Скопје.

Во изборниот период, кандидатката д-р Ирена Богоевска-Гаврилова активно учествувала во промотивните активности на Факултетот. Кандидатката тековно е секретар на Катедрата за маркетинг, почнувајќи од 25.11.2022 година.

Кандидатката била секретар на организацискиот одбор на International Scientific Conference „Economic and Business Trends Shaping the Future – EBTSF“, во периодот од 2023 до 2025 година, како и член на организацискиот одбор на 5. Меѓународна интеркатедарска научна конференција на катедрите за економска теорија (5th International Interdepartmental Scientific Conference of the Departments of Economic Theory – MIKET), „Lessons from Contemporary Economic Crises for Economic Theory and Policy“ во 2024 година.

Во изборниот период, д-р Ирена Богоевска-Гаврилова учествувала во изготвување и пријавување на два национални и еден меѓународен научен проект.

Конкретните активности кои припаѓаат во стручно-апликативната дејност и дејноста од поширок интерес, релевантни за изборот, се наведени во табелата во Образец 2 од Правилникот за избор, со датуми и други релевантни податоци, во прилог на овој извештај.

Оценка од самоевалуација

Кандидатката д-р Ирена Богоевска-Гаврилова, во периодот од вработувањето на Економскиот факултет во Скопје до денес, континуирано добива позитивна оценка од анонимно спроведената анкета на студентите на Економскиот факултет во Скопје. Ова е уште една потврда за нејзиниот квалитет и професионализам во извршувањето на наставно-образовните активности.

ЗАКЛУЧОК И ПРЕДЛОГ

Врз основа на целокупната доставена документација и личното познавање на кандидатката, Рецензентската комисија позитивно ја вреднува и ја оценува наставно-образовната, научноистражувачката и стручно-апликативната дејност, како и дејноста од поширок интерес на д-р Ирена Богоевска-Гаврилова.

Врз основа на изнесените податоци за севкупната активност на кандидатката (вкупно пресметани 164,5384 поени, од кои во наставно-образовната дејност – 35,548 поени, во научноистражувачката дејност – 107,9904 поени и во стручно-апликативната дејност и дејноста од поширок интерес – 21,0 поен) од почетокот на кариерата до денес, Комисијата заклучи дека д-р Ирена Богоевска-Гаврилова поседува научни и стручни квалитети и според Законот за високото образование и Правилникот за критериумите и постапката за избор во наставно-научни, научни, наставно-стручни и соработнички звања и асистенти-докторанди на Универзитетот „Св. Кирил и Методиј“ во Скопје, ги исполнува сите услови да биде избрана во звањето **доцент** во научната област маркетинг, по предметот Креативност и маркетинг на содржина.

Според гореизнесеното, Комисијата има чест и задоволство да му предложи на Наставно-научниот совет на Економскиот факултет во Скопје, д-р Ирена Богоевска-Гаврилова да биде избрана во звањето **доцент** во научната област маркетинг, по предметот Креативност и маркетинг на содржина.

РЕЦЕНЗЕНТСКА КОМИСИЈА

Проф. д-р Снежана Ристевска-Јовановска, с.р.

Проф. д-р Анита Циунова-Шулеска, с.р.

Проф. д-р Николина Паламидовска-Стерјадовска, с.р.

ОБРАЗЕЦ 1
ОПШТИ УСЛОВИ ЗА ИЗБОР ВО НАСТАВНО-НАУЧНО, НАУЧНО,
НАСТАВНО-СТРУЧНО И СОРАБОТНИЧКО ЗВАЊЕ

Кандидат: Ирена Данчо Богоевска-Гаврилова

Институција: Универзитет „Св. Кирил и Методиј“ во Скопје, Економски факултет – Скопје

Научна област: маркетинг

ОПШТИ УСЛОВИ ЗА ИЗБОР ВО НАСТАВНО-НАУЧНО ЗВАЊЕ – ДОЦЕНТ

Ред. број	ОПШТИ УСЛОВИ	Исполнетост на општите услови да/не
1	<p>Просечен успех од најмалку 8,00 (осум) на студиите на прв и втор циклус за секој циклус посебно, односно има остварено просечен успех од најмалку 8,00 (осум) на интегрираните студии од првиот и вториот циклус *</p> <p>Просечниот успех на прв циклус изнесува: 9,72 (девет записка седумдесет и два).</p> <p>Просечниот успех на втор циклус изнесува: 10,00 (десет).</p> <p>Просечниот успех изнесува 9,86 (девет записка осумдесет и шест) за интегрираните студии.</p>	ДА
2	<p>Научен степен – доктор на науки од научната област за која се избира</p> <p>Назив на научната област: маркетинг (50325); поле: економски науки (503); подрачје: општествени науки (5).</p>	ДА
3	Објавени најмалку четири научни труда во референтна научна публикација согласно со ЗВО во последните пет години пред објавувањето на конкурсот за избор	ДА (за повеќе од 4 научни труда – види образец 2)
3.1	<p>Научно списание во кое трудовите што се објавуваат подлежат на рецензија и кое е индексирано во најмалку една електронска база на списанија со трудови достапна на интернет, како што се: Ebsco, Emerald, Scopus, Web of Science, Journal Citation Report, SCImago Journal Rank или друга база на списанија која ќе ја утврди Националниот совет за високо образование</p> <p>1. Назив на научното списание: International Journal of Bank Marketing</p> <p>2. Назив на електронската база на списанија: Web of Science, Scopus</p> <p>3. Наслов на трудот: Service quality in mobile banking</p> <p>4. Година на објава: 2025</p>	ДА
3.2	<p>Научно списание во кое трудовите што се објавуваат подлежат на рецензија и кое е индексирано во најмалку една електронска база на списанија со трудови достапна на интернет, како што се: Ebsco, Emerald, Scopus, Web of Science, Journal Citation Report, SCImago Journal Rank или друга база на списанија која ќе ја утврди Националниот совет за високо образование</p> <p>1. Назив на научното списание: Economic Research-Ekonomiska Istraživanja</p>	ДА

Ред. број	ОПШТИ УСЛОВИ	Исполнетост на општите услови да/не
	2. Назив на електронската база на списанија: Scopus, Ebsco 3. Наслов на трудот: To comment or not? The role of brand-related content type on social media 4. Година на објава: 2024	
3.3	Научно списание во кое трудовите што се објавуваат подлежат на рецензија и кое е индексирано во најмалку една електронска база на списанија со трудови достапна на интернет, како што се: Ebsco, Emerald, Scopus, Web of Science, Journal Citation Report, SCImago Journal Rank или друга база на списанија која ќе ја утврди Националниот совет за високо образование 1. Назив на научното списание: Marketing Intelligence & Planning 2. Назив на електронската база на списанија: Web of Science, Scopus 3. Наслов на трудот: What drives liking different brand-related social media content? 4. Година на објава: 2022	ДА
3.4	Научно списание во кое трудовите што се објавуваат подлежат на рецензија и кое е индексирано во најмалку една електронска база на списанија со трудови достапна на интернет, како што се: Ebsco, Emerald, Scopus, Web of Science, Journal Citation Report, SCImago Journal Rank или друга база на списанија која ќе ја утврди Националниот совет за високо образование 1. Назив на научното списание: South East European Journal of Economics and Business 2. Назив на електронската база на списанија: Web of Science, Scopus 3. Наслов на трудот: Profile and financial behaviour of crypto adopters – evidence from Macedonian population survey 4. Година на објава: 2022	ДА
4	Познавање на најмалку еден странски јазик, определен со општ акт на Универзитетот, односно на самостојната висока стручна школа 1. Странски јазик: англиски јазик 2. Назив на документот: Уверение за познавање на англиски јазик на ниво Ц2 според Европската јазична рамка на Советот на Европа (CEFR) 3. Издавач на документот: Филолошки факултет „Блаже Конески“ – Универзитет „Св. Кирил и Методиј“ во Скопје 4. Датум на издавање на документот: бр. 03-118/2 од 17.1.2025 година.	ДА
5	Има способност за изведување на високообразовна дејност	ДА

ОБРАЗЕЦ 2
КОН ИЗВЕШТАЈОТ ЗА ИЗБОР ВО НАСТАВНО-НАУЧНО, НАУЧНО И НАСТАВНО-СТРУЧНО ЗВАЊЕ

Кандидат: Ирена Данчо Богоевска-Гаврилова

Институција: Универзитет „Св. Кирил и Методиј“ во Скопје, Економски факултет – Скопје

Научна област: маркетинг

НАСТАВНО-ОБРАЗОВНА ДЕЈНОСТ

Ред. број	Назив на активност:	Поени
1.	<p>Одржување вежби: [неделен број на часови * број на работни недели во семестар * бодување 0,03]</p> <p>Предмет: Интегрирани маркетинг-комуникации (3,6) – академска 2021/2022 година: (2*15*0,03) = 0,9 – академска 2022/2023 година: (2*15*0,03) = 0,9 – академска 2023/2024 година: (4*15*0,03) = 1,8</p> <p>Предмет: Меѓународен маркетинг (3,6) – академска 2021/2022 година: (2*15*0,03) = 0,9 – академска 2022/2023 година: (2*15*0,03) = 0,9 – академска 2023/2024 година: (2*15*0,03) = 0,9 – академска 2024/2025 година: (2*15*0,03) = 0,9</p> <p>Предмет: Маркетинг-менаџмент (0,9) – академска 2023/2024 година: (2*15*0,03) = 0,9</p> <p>Предмет: Интернет-маркетинг/Дигитален маркетинг (15,3) – академска 2020/2021 година: (6*15*0,03) = 2,7 – академска 2021/2022 година: (6*15*0,03) = 2,7 – академска 2022/2023 година: (6*15*0,03) = 2,7 – академска 2023/2024 година: (8*15*0,03) = 3,6 – академска 2024/2025 година: (8*15*0,03) = 3,6</p>	23,4
2.	<p>Настава во школи и работилници - учесник * 1</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. PhD Workshop on „Choosing and defining a research topic and hypotheses“ on EBTSF-24, 15 November 2024. (1) 2. AI IN ACTION: STUDENTS & COMPANIES CO-CREATING THE FUTURE, 14TH INTERNATIONAL SUMMER SCHOOL AT THE FACULTY OF ECONOMICS-SKOPJE, September 24-27, 2024. (1) 3. EIT Western Balkans HEI Capacity Building on Circular Economy program – HEInnovate training, September 22-24, 2021. (1) 	3
3.	<p>Подготовка на нов предмет</p> <ul style="list-style-type: none"> - [предавања * 1] - [вежби * 0,5] <p>Креативност и маркетинг на содржина – предавања и вежби (програма на додипломски студии по маркетинг од 2022/2023 година) (1+0,5=1,5)</p>	1,5
4.	Консултации со студенти	7,648

	<p>[број на студенти * бодување 0,002]</p> <p>Предмет: Интегрирани маркетинг-комуникации (0,508)</p> <ul style="list-style-type: none"> – академска 2021/2022 година: $(67 * 0,002) = 0,134$ – академска 2022/2023 година: $(48 * 0,002) = 0,096$ – академска 2023/2024 година: $(139 * 0,002) = 0,278$ <p>Предмет: Основи на маркетинг (3,312)</p> <ul style="list-style-type: none"> – академска 2021/2022 година: $(319 * 0,002) = 0,638$ – академска 2022/2023 година: $(327 * 0,002) = 0,654$ – академска 2023/2024 година: $(438 * 0,002) = 0,876$ – академска 2024/2025 година: $(572 * 0,002) = 1,144$ <p>Предмет: Однесување на потрошувачите (0,78)</p> <ul style="list-style-type: none"> – академска 2021/2022 година: $(62 * 0,002) = 0,124$ – академска 2022/2023 година: $(86 * 0,002) = 0,172$ – академска 2023/2024 година: $(113 * 0,002) = 0,226$ – академска 2024/2025 година: $(129 * 0,002) = 0,258$ <p>Предмет: Маркетинг на услуги (0,65)</p> <ul style="list-style-type: none"> – академска 2020/2021 година: $(73 * 0,002) = 0,146$ – академска 2021/2022 година: $(64 * 0,002) = 0,128$ – академска 2022/2023 година: $(55 * 0,002) = 0,11$ – академска 2023/2024 година: $(34 * 0,002) = 0,068$ – академска 2024/2025 година: $(99 * 0,002) = 0,198$ <p>Предмет: Меѓународен маркетинг (0,606)</p> <ul style="list-style-type: none"> – академска 2021/2022 година: $(96 * 0,002) = 0,192$ – академска 2022/2023 година: $(84 * 0,002) = 0,168$ – академска 2023/2024 година: $(57 * 0,002) = 0,114$ – академска 2024/2025 година: $(66 * 0,002) = 0,132$ <p>Предмет: Интернет-маркетинг/Дигитален маркетинг (1,65)</p> <ul style="list-style-type: none"> – академска 2020/2021 година: $(185 * 0,002) = 0,37$ – академска 2021/2022 година: $(151 * 0,002) = 0,302$ – академска 2022/2023 година: $(136 * 0,002) = 0,272$ – академска 2023/2024 година: $(175 * 0,002) = 0,35$ – академска 2024/2025 година: $(178 * 0,002) = 0,356$ <p>Предмет: Маркетинг-менаџмент (0,142)</p> <ul style="list-style-type: none"> – академска 2023/2024 година: $(71 * 0,002) = 0,142$ 	
	Вкупно	35,548

НАУЧНОИСТРАЖУВАЧКА ДЕЈНОСТ

Ред. број	Назив на активноста:	Поени
1.	<p>Учесник во национален научен проект * 3</p> <p>1. Проект: <i>Поврзување на перспективите: увид во предизвиците на стејхолдерите во известувањето за</i></p>	6

	<p><i>одржливост</i>, 2024 – 2025, финансиран од Универзитетот „Св. Кирил и Методиј“ во Скопје, Одлука на УКИМ бр. 02-1298/9 од 24.12.2024. (3)</p> <p>2. Проект: <i>Новата нормалност во пост-ковид периодот во две области: ревизорската професија и економијата на искуства</i>, 2021 – 2022, финансиран од Универзитетот „Св. Кирил и Методиј“ во Скопје, Одлука на УКИМ бр. 02-610/6 од 2.4.2021. (3)</p>	
2.	<p>Учесник во меѓународен научен проект * 5</p> <p>1. Co-creation through experiments for inclusive economy – COEXE, ERASMUS + проект - Одлука бр. 02-691/24 од 29.3.2024. (5)</p> <p>2. CO-BET Социјално претприемништво како алтернатива за млади, невработени лица, ERASMUS + проект (SO-VET project Rif. 2016-1-MK01-KA202-021678) (5)</p>	10
3.	<p>Монографија * 8</p> <p>Trpeska, M., Bozhinovska Lazarevska, Z., Atanasovski, A., Dionisijev, I., Malchev, B., Tocev, T., Brzovska, E., Ristevska-Jovanovska, S., Palamidovska-Sterjadovska, N. and Bogoevska-Gavrilova, I. (2025), „<i>The new normal in the post-Covid period in two areas: the audit profession and the experience economy</i>“, Faculty of Economics-Skopje, Ss. Cyril and Methodius University in Skopje. Available at: http://hdl.handle.net/20.500.12188/30092 (8*0,6=4,8)</p>	4,8
4.	<p>Трудови со оригинални научни резултати, објавени во научно списание кое има импакт-фактор за годината во која е објавен трудот, во кое трудовите што се објавуваат подлежат на рецензија и кое е индексирано во најмалку една електронска база на списанија со трудови достапна на интернет, како што се: Ebsco, Emerald, Scopus, Web of Science, Journal Citation Report, SCImago Journal Rank или друга база на списанија која ќе ја утврди Националниот совет за високо образование (8 + и.ф.)</p> <p>1. Palamidovska-Sterjadovska, N., Rasul, T., Lim, W.M., Ciunova-Shuleska, A., Ladeira, W.J., De Oliveira Santini, F. and Bogoevska-Gavrilova, I. (2025), „Service quality in mobile banking“, <i>International Journal of Bank Marketing</i>, Vol. ahead-of-print No. ahead-of-print. https://doi.org/10.1108/IJBM-02-2024-0105 ((8+6,3)*0,6=8,58)</p> <p>2. Ciunova-Shuleska, A., Palamidovska-Sterjadovska, N., Bogoevska-Gavrilova, I. and Mihajlov, M. (2024), „To comment or not? The role of brand-related content type on social media“, <i>Economic Research-Ekonomska Istraživanja</i>, Vol. 37 No. 1, pp. 1-18. DOI: 10.1080/1331677X.2024.2308876 ((8+7,1)*0,6=9,06)</p> <p>3. Ciunova-Shuleska, A., Palamidovska-Sterjadovska, N. and Bogoevska-Gavrilova, I. (2022), „What drives liking different brand-related social media content?“, <i>Marketing Intelligence & Planning</i>, Vol. 40 No. 4, pp. 542-556. ((8+4,338)*0,8=9,8704)</p> <p>4. Levkov, N., Bogoevska-Gavrilova, I. and Trajkovska, M. (2022), „PROFILE AND FINANCIAL BEHAVIOUR OF CRYPTO ADOPTERS – EVIDENCE FROM MACEDONIAN POPULATION SURVEY“, <i>South East European Journal of</i></p>	34,3904

	<i>Economics and Business</i> , Vol. 17 No. 2, pp. 172-185. DOI: 10.2478/jeb-2022-0022. ((8+0,6)*0,8=6,88)	
5.	<p>Труд со оригинални научни резултати, објавен во научно списание кое нема импакт-фактор за годината во која е објавен трудот, во кое трудовите што се објавуваат подлежат на рецензија и кое е индексирани во најмалку една електронска база на списанија со трудови достапна на интернет, како што се: Ebsco, Emerald, Scopus, Web of Science, Journal Citation Report, SCImago Journal Rank, MathSciNet (Mathematical Reviews), Zentralblatt fur Mathematik и Реферативный журнал "Математика" или друга база на списанија која ќе ја утврди Националниот совет за високо образование * 5</p> <p>1. Bogoevska-Gavrilova, I. and Ciunova-Shuleska, A. (2022), „SOURCE CREDIBILITY THEORY APPLIED TO INFLUENCER MARKETING”, <i>Economic Development</i>, Vol. 24 No. 3, pp. 71-86. https://www.doi.org/10.55302/ED22243071bg (5*0,9=4,5)</p>	4,5
6.	<p>Труд со оригинални научни резултати, објавен во научно списание во кое трудовите што се објавуваат подлежат на рецензија и кое има меѓународен уредувачки одбор во кој учествуваат членови од најмалку три земји, при што бројот на членови од една земја не може да надминува две третини од вкупниот број на членови * 5</p> <p>1. Ciunova-Shuleska, A., Palamidovska-Sterjadovska, N. and Bogoevska-Gavrilova, I. (2022), „The Role of Social Capital in Contributing to Lifestyle Brand-Related Content on Social Media”, <i>Economy, Business and Development: An International Journal</i>, Vol. 3 No. 1, pp. 29-43. https://doi.org/10.47063/ebd.00009 (5*0,8=4)</p>	4
7.	<p>Трудови со оригинални научни/стручни резултати, објавени во зборник на рецензирани научни трудови, презентирани на меѓународни академски собири каде што членовите на програмскиот или научниот комитет се од најмалку три земји * 5</p> <p>1. Bogoevska-Gavrilova, I. (2023), „Unraveling Influencer Loyalty: Examining the Impact of Source Credibility”, in Trpeska, M. (Ed.), <i>4th International scientific conference Economic and Business Trends Shaping the Future, 9-10 November 2023</i>, Faculty of Economics-Skopje, Ss. Cyril and Methodius University in Skopje, Skopje, North Macedonia, pp. 60-71. http://doi.org/10.47063/EBTSF.2023.0005 (5)</p> <p>2. Brzovska, E., Ristevska-Jovanovska, S., Palamidovska-Sterjadovska, N. and Bogoevska-Gavrilova, I. (2023), „MEMORABLE EXPERIENCES: BUILDING LOYAL VISITORS TO CULTURAL INSTITUTIONS”, in Petrović, N. and Ćirović, M. (Eds.), <i>XIV Conference of Business and Science SPIN'23 DIGITAL AND GREEN ECONOMY DEVELOPMENT, 6-7 November 2023</i>, University of Belgrade - Faculty of Organizational Sciences, Belgrade, Serbia, pp. 632-641. (5*0,6=3)</p> <p>3. Cvetkoska V., Palamidovska-Sterjadovska, N., Ciunova-Shuleska, A. and Bogoevska-Gavrilova, I. (2022), „Mapping the Structure of Customer Engagement: Fifteen Years of Research”, in Trpeska, M. (Ed.), <i>3rd International scientific conference Economic and Business Trends Shaping the Future</i>,</p>	23

	<p>10-11 November 2022, Faculty of Economics-Skopje, Ss. Cyril and Methodius University in Skopje, Skopje, North Macedonia, pp. 303-315. http://doi.org/10.47063/EBTSF.2022.0029 (5*0,6=3)</p> <p>4. Bogoevska-Gavrilova, I. and Ristevska-Jovanovska, S. (2022), „THE EFFECT OF INSTAGRAM INFLUENCER MARKETING: WHAT AFFECTS CUSTOMER’S PURCHASE INTENTION? THE ROLE OF INVOLVEMENT IN INFLUENCER FOLLOWING AND PERCEIVED TRUST IN INFLUENCER’S BRAND RELATED CONTENT”, in Katrandzhiev, H. (Ed.), <i>International Scientific Conference Strategic Planning and Marketing in Digital World, 26 November 2021</i>, University of National and World Economy, Sofia, Bulgaria, pp. 146-158. (5*0,9=4,5)</p> <p>5. Ciunova-Shuleska, A., Palamidovska-Sterjadovska, N., Cvetkoska, V. and Bogoevska-Gavrilova, I. (2022), „Ten Years of Customer Engagement Research in Tourism and Hospitality: A Bibliometric Analysis”, in Vrček, N., Guàrdia, L. and Grd, P. (Eds.), <i>Central European Conference on Information and Intelligent Systems, 21-23 September 2022</i>, Faculty of Organization and Informatics, University of Zagreb, Zagreb, Croatia, pp. 33-40. (5*0,6=3)</p> <p>6. Ristevska-Jovanovska, S. and Bogoevska-Gavrilova, I. (2021), „INCREASING CUSTOMERS’ BRAND AWARENESS WITH INFLUENCER MARKETING: A FOCUS ON INSTAGRAM”, in Taheri, B., Damnjanovic, A. and Bogavac, M. (Eds.), <i>75th International Scientific Conference on Economic and Social Development, 02-03 December 2021</i>, Varazdin Development and Entrepreneurship Agency and University North, Belgrade, Serbia, pp. 105-112. (5*0,9=4,5)</p>	
8.	<p>Трудови објавени во зборник на трудови на в.о. установа * 2</p> <p>1. Bogoevska-Gavrilova, I. (2024), „IMPACT OF INSTAGRAM INFLUENCERS’ CONTENT ON CONSUMER PURCHASE INTENTION”, in Atanasovski, A. (Ed.), <i>ANNUAL OF THE FACULTY OF ECONOMICS-SKOPJE</i>, Faculty of Economics-Skopje, Ss. Cyril and Methodius University in Skopje, Skopje, North Macedonia, pp. 25-37. (2)</p> <p>2. Bogoevska-Gavrilova, I. (2023), „EXPLORING THE LINK BETWEEN BRAND AWARENESS AND CONSUMER INVOLVEMENT IN SOCIAL MEDIA INFLUENCER FOLLOWING”, in Atanasovski, A. (Ed.), <i>ANNUAL OF THE FACULTY OF ECONOMICS-SKOPJE</i>, Faculty of Economics-Skopje, Ss. Cyril and Methodius University in Skopje, Skopje, North Macedonia, pp. 23-35. (2)</p> <p>3. Bogoevska-Gavrilova, I. (2022), „THE ROLE OF CONSUMER INVOLVEMENT IN INFLUENCER FOLLOWING ON INFLUENCERS’ CREDIBILITY PERCEPTIONS”, in Atanasovski, A. (Ed.), <i>ANNUAL OF THE FACULTY OF ECONOMICS-SKOPJE</i>, Faculty of Economics-Skopje, Ss. Cyril and Methodius University in Skopje, Skopje, North Macedonia, pp. 7-21. (2)</p> <p>4. Bogoevska-Gavrilova, I. (2021), „HOW INSTAGRAM INFLUENCERS’ CONTENT VALUE AFFECTS CONSUMERS’ BRAND AWARENESS”, in Atanasovski, A.</p>	8

	(Ed.), <i>ANNUAL OF THE FACULTY OF ECONOMICS-SKOPJE</i> , Faculty of Economics-Skopje, Ss. Cyril and Methodius University in Skopje, Skopje, North Macedonia, pp. 41-55. (2)	
9.	<p>Рецензија на научен труд * 0,2</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. International Journal of the Analytic Hierarchy Process, 2024. https://www.ijahp.org/index.php/IJAHp (1 труд * 0,2 = 0,2) 2. Marketing Intelligence & Planning, 2024. (1 труд * 0,2 = 0,2) https://www.emerald.com/insight/publication/issn/0263-4503 3. SN Business & Economics, 2024. (2 труда * 0,2 = 0,4) https://link.springer.com/journal/43546 4. SN Business & Economics, 2023. (1 труд * 0,2 = 0,2) https://link.springer.com/journal/43546 5. Marketing Intelligence & Planning, 2022. (1 труд * 0,2 = 0,2) https://www.emerald.com/insight/publication/issn/0263-4503 	1,2
10.	<p>Секциско предавање на научен/стручен собир * 1</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Говорник на Socialize 2025 – Digital Creativity and Tech Festival, 24 април 2025. (1) 	1
11.	<p>Учество на научен/стручен собир со реферат - усна презентација * 1</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 5th International Conference „Economic and Business Trends Shaping the Future“, Skopje, 14-15 November 2024. (1) 2. 4th International Conference „Economic and Business Trends Shaping the Future“, Skopje, 9-10 November 2023. (1) 3. 14th International Scientific Conference „European Economies after COVID-19: Challenges and Implications for the Macroeconomic Policy“, 27-28 October 2022. (1) 4. International scientific conference Contemporary Challenges of Economic Growth and Sustainability of Businesses, 1 June 2022. (1) 5. International Scientific Conference Strategic Planning and Marketing in Digital World, 26 November 2021. (1) 6. 2nd International Conference „Economic and Business Trends Shaping the Future“, Skopje, 13 November 2021. (1) 	6
12.	<p>Апстракти објавени во зборник на конференција – меѓународна * 1</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Bogoevska-Gavrilova, I. and Ciunova-Shuleska, A. (2024), „Decoding Source Credibility: How it Influences Trust in Informative Brand-Related Content and Customer Purchase Intentions“, in Palamidovska-Sterjadovska, N. (Ed.), <i>5th International scientific conference Economic and Business Trends Shaping the Future, 14-15 November 2024</i>, Faculty of Economics-Skopje, Ss. Cyril and Methodius University in Skopje, Skopje, North Macedonia, pp. 18-22. (1*0,9=0,9) 2. Ristevska-Jovanovska, S., Serafimovska, I. and Bogoevska-Gavrilova, I. (2024), „The Impact of Attitudes Toward Green Advertising on Brand Image and Consumer Purchase Intentions“, in Palamidovska-Sterjadovska, N. (Ed.), <i>5th International scientific conference Economic and Business Trends Shaping the Future, 14-15 November 2024</i>, Faculty of 	5,1

	<p>Economics-Skopje, Ss. Cyril and Methodius University in Skopje, Skopje, North Macedonia, pp. 23-27. (1*0,8=0,8)</p> <p>3. Ristevska-Jovanovska, S., Brzovska, E. and Bogoevska-Gavrilova, I. (2024), „Experience Economy in Cultural Institutions: Arousal to Customer Loyalty“, in Palamidovska-Sterjadovska, N. (Ed.), <i>5th International scientific conference Economic and Business Trends Shaping the Future, 14-15 November 2024</i>, Faculty of Economics-Skopje, Ss. Cyril and Methodius University in Skopje, Skopje, North Macedonia, pp. 28-31. (1*0,8=0,8)</p> <p>4. Bogoevska-Gavrilova, I. and Ciunova-Shuleska, A. (2022), „SOURCE CREDIBILITY THEORY APPLIED TO INFLUENCER MARKETING“, in Janevski, Z. (Ed.), <i>International scientific conference Contemporary Challenges of Economic Growth and Sustainability of Businesses, 1 June 2022</i>, Institute of Economics- Skopje, Ss. Cyril and Methodius University in Skopje, Skopje, North Macedonia, pp. 119-120. (1*0,9=0,9)</p> <p>5. Bogoevska-Gavrilova, I. and Ristevska-Jovanovska, S. (2022), „DIFFERENCES IN CONSUMERS’ BRAND AWARENESS BASED ON LEVEL OF INVOLVEMENT IN INFLUENCER FOLLOWING“, in Zdravkovic, A., Stancheva-Gigov, I., Lazić, M. and Hadži Naumova-Mihajlovska, K. (Eds.), <i>14th International Scientific Conference “European Economies after COVID-19: Challenges and Implications for the Macroeconomic Policy, 27-28 October 2022</i>, Institute of Economic Sciences, Belgrade, Serbia, pp. 105-107. (1*0,9=0,9)</p> <p>6. Ciunova-Shuleska, A., Palamidovska-Sterjadovska, N. and Bogoevska-Gavrilova, I. (2021), „DOES SOCIAL CAPITAL FOCUS DETERMINE USERS’ INTENTIONS TO LIKE, COMMENT AND SHARE LIFESTYLE BRAND-RELATED CONTENT ON SOCIAL MEDIA?“, in Santa, M. (Ed.), <i>2nd International scientific conference Economic and Business Trends Shaping the Future, 13 November 2021</i>, Faculty of Economics-Skopje, Ss. Cyril and Methodius University in Skopje, Skopje, North Macedonia, p. 112. (1*0,8=0,8)</p>	
	Вкупно	107,9904

СТРУЧНО-ПРИМЕНУВАЧКА ДЕЈНОСТ

Ред. број	Назив на активноста:	Поени
1.	<p>Учество во промотивни активности на Факултетот * 0,5</p> <p>1. Посета и презентации во средните училишта низ РСМ за презентација на студиските програми на прв циклус студии пред идните студенти кои ќе се запишат во:</p> <ul style="list-style-type: none"> - учебна 2024/2025 година (Решение бр. 04-586/1 од 21.3.2024); - учебна 2023/2024 година (Решение бр. 04-554/2 од 15.3.2023 и Решение бр. 04-521/1 од 10.3.2023); - учебна 2022/2023 година (Извештај за реализирана промотивна посета бр. 03-2328/1 од 15.12.2022 и Решение бр. 04-2252/2 од 22.12.2022). 	4,5

	<p>(3*0,5=1,5)</p> <p>2. Учество во промотивни активности на отворен информативен ден за промоција на прв циклус студии за:</p> <ul style="list-style-type: none"> - учебна 2025/2026 година (Отворен ден на 5.12.2024 и 25.4.2025); - учебна 2024/2025 година (Отворен ден на 12.4.2024); - учебна 2023/2024 година (Отворен ден на 2.12.2022); - учебна 2022/2023 година (Отворен ден на 19.8.2022); - учебна 2021/2022 година (Отворен ден на 19.3.2021 и 25.3.2021). <p>(5*0,5=2,5)</p> <p>3. Учество на Саем за образование 2025 – 15 март 2025 година (0,5)</p>	
Дејности од поширок интерес		
1.	<p>Член на организационен или програмски одбор на меѓународен научен/стручен собир * 1</p> <p>1. Секретар на Организационен одбор на Шестата меѓународна научна конференција „Економски и бизнис-трендови кои ја обликуваат иднината“, во организација на Универзитет „Св. Кирил и Методиј“ во Скопје, Економски факултет – Скопје – Одлука бр. 02-196/31 од 6.2.2025. (1)</p> <p>2. Член на Организационен одбор на Петтата меѓународна интеркатедарска научна конференција на катедрите за економска теорија (5th International Interdepartmental Scientific Conference of the Departments of Economic Theory – MIKET), „Lessons from Contemporary Economic Crises for Economic Theory and Policy“, во организација на Катедрата за економија при Економски факултет – Скопје, УКИМ – Одлука бр. 02-401/4 од 1.3.2024. (1)</p> <p>3. Секретар на Организационен одбор на Петтата меѓународна научна конференција „Економски и бизнис-трендови кои ја обликуваат иднината“, во организација на Универзитет „Св. Кирил и Методиј“ во Скопје, Економски факултет – Скопје – Одлука бр. 02-2340/6 од 26.12.2023. (1)</p>	3
2.	<p>Студиски престој во странство до три месеци * 0,5</p> <p>1. Научен престој на Универзитетот за економија и бизнис во Загреб, Република Хрватска, во периодот 19 – 28 март 2023 година – Решение за отсуство од работа бр. 04-113/2 од 31.1.2023; Извештај бр. 08-113/5 од 30.3.2023 и Одлука бр. 02-113/6 од 4.5.2023. (0,5)</p>	0,5
3.	<p>Изготвување и пријавување научен/образовен национален проект – соработник * 0,5</p> <p>1. Проект: <i>Поврзување на перспективите: увид во предизвиците на стеикхолдерите во известувањето за одржливост, 2024 – 2025</i>, финансиран од Универзитетот „Св. Кирил и Методиј“ во Скопје, Одлука на УКИМ бр. 02-1298/9 од 24.12.2024 година. (0,5)</p> <p>2. Проект: <i>Новата нормалност во пост-ковид периодот во две области: ревизорската професија и економијата на искуства, 2021 – 2022</i>, финансиран од Универзитетот „Св.</p>	1

	Кирил и Методиј“ во Скопје, Одлука на УКИМ бр. 02-610/6 од 2.4.2021 година. (0,5)	
4.	<p>Изготвување и пријавување на научен/образовен меѓународен проект – соработник * 1</p> <p>1. ERASMUS + проект European Citizen through Interactive Digital Narrative, повик 2025 година (1)</p>	1
5.	<p>Член на факултетска комисија * 0,5</p> <p>1. Секретар на Катедрата за маркетинг во период 23.1.2024 – 17.12.2026 – Решение бр. 02-140/2 од 26.1.2024. (0,5)</p> <p>2. Секретар на Катедрата за маркетинг во период 25.11.2022 – 24.11.2025 – Решение бр. 04-2039/2 од 22.11.2022. (0,5)</p> <p>3. Член на Избирачки одбор за спроведување на изборите за претседател и членови на Факултетското студентско собрание на Економскиот факултет во Скопје – Решение бр. 02-1727/2 од 24.10.2024. (0,5)</p> <p>4. Член на Избирачки одбор за спроведување на изборите за претседател и членови на Факултетското студентско собрание на Економскиот факултет во Скопје – Решение бр. 02-1841/2 од 20.10.2023. (0,5)</p> <p>5. Член на Избирачки одбор за спроведување на изборите за претседател и членови на Факултетското студентско собрание на Економскиот факултет во Скопје – Решение бр. 02-1868/1 од 1.11.2022. (0,5)</p> <p>6. Член на Изборна комисија за спроведување на изборите за претседател и на членови на Факултетското студентско собрание на Економскиот факултет во Скопје – Одлука бр. 02-1888/1 од 15.10.2021. (0,5)</p> <p>7. Член на Комисија за промоција која ќе изврши промоција на Економскиот факултет во Скопје преку користење социјални медиуми, а заради информирање и запознавање на идните студенти со студиските програми – Одлука бр. 02-721/4 од 24.4.2025. (0,5)</p> <p>8. Член на Комисија за промоција на Економски факултет – Скопје преку користење социјални медиуми, а заради информирање и запознавање на идните студенти со студиските програми и другите услови кои ги нуди Факултетот – Одлука бр. 02-911/3 од 30.4.2024. (0,5)</p> <p>9. Член на Комисија за промоција на Економски факултет – Скопје, во насока на привлекување можни кандидати кои ќе се запишат на Економски факултет – Скопје во учебна 2023/2024 година, преку користење на социјални медиуми – Одлука бр. 02-573/4 од 28.3.2023. (0,5)</p> <p>10. Член на Комисија за промоција на Економски факултет – Скопје, во насока на привлекување можни кандидати кои ќе се запишат на Економски факултет – Скопје во учебна 2022/2023 година, преку користење на социјалната мрежа Фејсбук – Одлука бр. 02-670/14 од 28.4.2022. (0,5)</p> <p>11. Член на работен тим кој за потребите на Универзитет „Св. Кирил и Методиј“ во Скопје, Економски факултет – Скопје, ќе врши објава и промоција на настани чијшто организатор</p>	11

	<p>е Економски факултет – Скопје – Решение бр. 04-2191/1 од 19.11.2021 (0,5)</p> <p>12. Член на работен тим за спроведување на дел од активностите утврдени со Конкурсот за упис на студенти на прв циклус студии во учебната 2024/2025 година – Решение бр. 02-1399/1 од 31.7.2024. (0,5)</p> <p>13. Член на работен тим за спроведување на дел од активностите утврдени со Конкурсот за упис на студенти на прв циклус студии во учебната 2023/2024 година – Решение бр. 02-1561/1 од 24.8.2023. (0,5)</p> <p>14. Член на работен тим за спроведување на дел од активностите утврдени со Конкурсот за упис на студенти на прв циклус во учебната 2022/2023 година – Решение бр. 04-1206/1 од 30.6.2022. (0,5)</p> <p>15. Член на работен тим за спроведување на дел од активностите утврдени со Конкурсот за упис на студенти на прв циклус студии во учебната 2021/2022 година – Решение бр. 09-1358/1 од 8.7.2021. (0,5)</p> <p>16. Член на Организациски одбор за организација и реализација на активностите и настаните поврзани со одбележување на јубилејот 75 години од основањето на Универзитет „Св. Кирил и Методиј“ во Скопје, Економски факултет – Скопје – Одлука бр. 02-427/8 од 5.3.2025. (0,5)</p> <p>17. Член на административно тело за подготовка и реализација на активностите кои ќе ги презема Одборот за поддршка (алумни) на Универзитет „Св. Кирил и Методиј“ во Скопје, Економски факултет – Скопје – Одлука бр. 02-691/6 од 28.3.2024. (0,5)</p> <p>18. Член на Организационен одбор по повод одбележување на јубилеј 20 години депарتمان Е-бизнис, во рамки на Универзитетот „Св. Кирил и Методиј“ во Скопје, Економски факултет – Скопје – Одлука бр. 02-574/1 од 4.4.2023. (0,5)</p> <p>19. Член на работен тим за подготовка на содржина на англиски јазик за ажурирање на податоците на англиската верзија на веб-страницата на Економски факултет – Скопје, кои се однесуваат на студиската програма Маркетинг на прв циклус студии, наставен план 2022/2023 – Решение бр. 04-2136/1 од 8.11.2023. (0,5)</p> <p>20. Член на Поткомисија за подготовка и реализација на GAP-анализа, како активност во рамки на процесот за стекнување на Универзитетот „Св. Кирил и Методиј“ во Скопје, Економски факултет – Скопје, со AACSB-акредитација (стандард 6: LEARNING PROGRESSION) - Одлука бр. 02-2282/9 од 26.12.2022. (0,5)</p> <p>21. Член на уредувачки одбор за изработка на Водич низ студии за прв и за втор циклус студии и Наставни програми за студентите од прв циклус студии – Одлука бр. 02-741/5 од 7.5.2021. (0,5)</p> <p>22. Член на Комисија за попис на основните средства на Економски факултет – Скопје за 2020 година – Одлука бр. 02-2291/19 од 16.12.2020. (0,5)</p>	
--	--	--

Вкупно	21
---------------	----

ПРОФЕСИОНАЛНИ РЕФЕРЕНЦИ НА КАНДИДАТОТ ЗА ИЗБОР ВО ЗВАЊЕ	Поени
НАСТАВНО-ОБРАЗОВНА ДЕЈНОСТ	35,548
НАУЧНОИСТРАЖУВАЧКА ДЕЈНОСТ	107,9904
СТРУЧНО-ПРИМЕНУВАЧКА ДЕЈНОСТ	21
Вкупно	164,5384

Членови на Комисијата

Проф. д-р Снежана Ристевска-Јовановска, претседател, с.р.

Проф. д-р Анита Циунова-Шулеска, член, с.р.

Проф. д-р Николина Паламидовска-Стерјадовска, член, с.р.



Универзитет „Св. Кирил и Методиј“ во Скопје
Економски факултет - Скопје



Бр.
Дата.

Врз основа на член 110, 174 и 175 од Законот за високото образование (Сл.весник на Р.Македонија бр.82/18, Сл.весник на Р.С.Македонија бр.178/21 и 58/24) и член 41 и 42 од Правилникот за посебните услови и постапката за избор во наставно – научни, научни, наставно-стручни и соработнички звања и демонстратори на Универзитет „Св. Кирил и Методиј“ во Скопје (Универзитетски гласник бр.411 од 5.11.2018 година), а на предлог на рецензентската комисија, Наставно – научниот совет на Економскиот факултет – Скопје на седницата одржана на ден 2. 9. 2025 година, ја донесе следната

ОДЛУКА

1. Кандидатот д-р Ирена Богоевска - Гаврилова, се избира за наставник во наставно – научно звање доцент, во научната област: маркетинг (5.02.00.05) по предметот: Креативност и маркетинг на содржина.

2. Д-р Ирена Богоевска - Гаврилова се стекнува со наставно – научно звање доцент, започнувајќи од денот на донесување на оваа одлука, за период од 5 години, односно од 2.9.2025 до 1.9.2030 година.

Образложение

На конкурсот за избор на наставник во сите наставно – научни звања во научната област: маркетинг (5.02.00.05) по предметот: Креативност и маркетинг на содржина, објавен во Слободен Печат и Коха на ден 30.4.2025 година, се пријави само кандидатот д-р Ирена Богоевска - Гаврилова.

Рефератот на Рецензентската комисија е објавен во Билтенот на Универзитетот бр.1332 од 15.6.2025 година.

Против изготвениот реферат на Рецензентската комисија во предвидениот рок, не е поднесен приговор.

Наставно – научниот совет на седницата одржана на ден 2.9.2025 година, го прифати предлогот на Рецензентската комисија во состав:

- Проф. д-р Снежана Ристевска Јовановска, претседател
- Проф. д-р Анита Циунова Шулеска, член
- Проф. д-р Николина Паламидовска Стерјадовска, член

и едногласно од присутните, односно со 41 гласа ЗА (од вкупно 48 члена на наставно – научен кадар во Наставно – научниот совет), ја избра д-р Ирена Богоевска - Гаврилова за наставник во наставно – научно звање доцент, во научната област: маркетинг (5.02.00.05) по предметот: Креативност и маркетинг на содржина.

Оваа одлука влегува во сила со денот на нејзиното донесување.

Оваа одлука да се достави до: д-р Ирена Богоевска - Гаврилова, одделение за финансиско и материјално работење, одделение за студентски прашања, раководител на катедра, персонално досие, досие на седницата и архива.

Изработил: Д.К.



ДЕКАН

Проф. д-р Мијалче Санта