



РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА
ЕКОНОМСКИ ФАКУЛТЕТ - СКОПЈЕ
УНИВЕРЗИТЕТ „СВ. КИРИЛ И МЕТОДИЈ“ ВО СКОПЈЕ



Предлог

Е Л А Б О Р А Т
ЗА ИЗМЕНИ И ДОПОЛНУВАЊЕ НА СТУДИСКАТА
ПРОГРАМА НА ВТОР ЦИКЛУС СТУДИИ

МАРКЕТИНГ
ЕКОНОМСКИ ФАКУЛТЕТ - СКОПЈЕ

2

Предлагач:



ЕКОНОМСКИ ФАКУЛТЕТ - Скопје

Скопје, 2016 година

		Стр.
1A	Специфични дескриптори на квалификацијата за студиската програма МАРКЕТИНГ	
2.	Одлука за усвојување на студиската програма од Наставно-научниот совет на Економски факултет - Скопје	
3.	Одлука за усвојување на студиската програма од Ректорската управа или Универзитетскиот сенат	
4.	Научно-истражувачко подрачје, поле и област каде припаѓа студиската програма	
5.	Вид на студиската програма (академски или стручни студии)	
6.	Степен на образование (прв односно втор циклус)	
7.	Цел и оправданост за воведување на студиската програма	
8.	Години и семестри на траење на студиската програма	
9.	ЕКТС кредити со кои се стекнува студентот	
10.	Начин на финансирање, а за приватните високо-образовни и научни установи и доказ за обезбедена квалитетна финансиска гаранција за студиската програма	
11.	Услови за запишување	
12.	Информација за продолжување на образованието	
13.	Утврден сооднос помеѓу задолжителните и изборните на изборни предмети и дефиниран начин на избор на предметите	
14.	Податоци за просторот предвиден за реализација на студиската програма	
15.	Листа на опрема предвидена за реализација на студиската програма	
16.	Предметни програми со информации согласно со членот 4 од овој правилник (Прилог бр. 3)	
17.	Список на наставен кадар со податоци наведени во членот 5	
18.	Изјава од наставникот за давање согласност за учество во изведување на настава по одредени предмети од студиската програма	
19.	Согласност од високообразовната установа за учество на наставникот во реализацијата на студиската програма	
20.	Информација за бројот на студенти за запишување во првата година на студиската програма	
21.	Информација за обезбедена задолжителна и дополнителна литература	
22.	Информација за веб страница	
23.	Стручниот односно научниот назив со кој се стекнува студентот по завршување на студиската програма	
24.	Активности и механизми преку кои се развива и се одржува квалитетот на наставата	

Содржина

1 А Специфични дескриптори на квалификацијата за студиската програма МАРКЕТИНГ

Специфични дескриптори на квалификацијата со кои се одредуваат резултатите од учењето за студиската програма МАРКЕТИНГ, согласно со Уредбата за национална рамка на високообразовните валификации (Сл. Весник на РМ бр. 154/2010).

Цел на студиската програма на втор циклус студии - Маркетинг е да им овозможи на студентите да се стекнат со продлабочени знаења од областа на маркетингот и со специфични вештини за примена на ова знаење во практиката. За остварување на овие цели студиската програма ги обработува теоретските аспекти на оваа област, фокусирајќи се и на нивната практична примена.

Со усвојувањето на сознанијата на оваа студиска програма, се очекува студентот да ги демонстрира следниве знаења, способности и вештини:

Знаење и разбирање:

- Демонстрира знаење за маркетинг концепцијата и нејзиното значење во работењето на современите бизниси.
- Покажува знаење за специфичните типови на потрошувачи и факторите кои што влијаат врз нивното однесување.
- Покажува знаење за различните методи кои се користат во маркетинг истражувањето и примена на добиените резултати во работењето на компанијата.
- Демонстрира знаење за одделните елементи на маркетинг планот и различните стратегии кои се користат за успешно водење на бизнисот.

Примена на знаењето и разбирањето:

- Способен е за самостојно донесување одлуки во врска со производот, цената, дистрибуцијата и промоцијата како клучни аспекти од работењето на секоја компанија.
- Самостојно развива маркетинг истражувачки проект, применувајќи ги знаењата за одделните фази од процесот на маркетинг истражување.

- Самостојно ги анализира одделните маркетинг инструменти и однесувањето на потрошувачите.
- Способен е да развие маркетинг план и да предложи соодветни маркетинг стратегии, согласно добиените резултати од истражувањето.

Способност за проценка:

- Показува способност за оценка и избор на научни теории, методологии и алатки во подрачјето на маркетингот.
- Показува способност за критичка оценка и споредба на маркетинг тенденциите во земјата и во светот.
- Демонстрира способност за идентификување и прибирање на релевантни податоци, нивна анализа и интерпретација.

Комуникациски вештини

- Поседува способност за самостојно учество во научни дискусии и за успешно комуницирање во професионален тим.
- Успешно ги применува принципите и кодексите на професионалното деловно комуницирање.
- Поседува разбирање на психолошките процеси врз основа на кои се базира однесувањето на потрошувачите, како и човековото однесување генерално.

Вештини на учење:

- Поседува развиени вештини за учење – читање, пишување, критичка анализа, интерактивно учество, набљудување.
- Демонстрира способност за критичка оценка на презентирани идеи, нуди оригинални решенија и успешно се справува со секоја поставена задача.
- Показува способност за независно идентификување на своите лични потреби и интерес за континуирана едукација и професионален развој.

Квалификација која се стекнува:

Магистер по економски науки од областа на Маркетингот.

2. ОДЛУКА ЗА УСВОЈУВАЊЕ НА СТУДИСКАТА ПРОГРАМА ОД НАСТАВНО-НАУЧНИОТ СОВЕТ НА ЕКОНОМСКИОТ ФАКУЛТЕТ - СКОПЈЕ



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



Бр. 0202/8419
дата 04.04. 2013 година

Врз основа на член 63 од Законот за високото образование (Сл.весник на Р.Македонија бр.35/08...24/13), член 183 од Статутот на УКИМ и член 39 од Правилникот за внатрешните односи и работењето на Економскиот факултет - Скопје во состав на Универзитет „Св. Кирил и Методиј“ во Скопје, Наставно – научниот совет на седницата одржана на ден 29.03.2013 година, ја донесе следната

ПРЕДЛОГ ОДЛУКА

СЕ УСВОЈУВААТ елаборатите за усогласување и дополнување на наставниот план по кој ќе се изведува настава на едногодишните двегодишните студиски програми на втор циклус студии на Економскиот факултет – Скопје, согласно одредбите на член 99 од Законот за високото образование (Сл.весник на Р.Македонија бр.35/08...24/13).

Елаборатите кои се усвојуваат со оваа одлука се однесуваат на:

Студиски програми кои е потребно да бидат реакредитирани:

1) Едногодишни студиски програми

- Е – бизнис менаџмент
- Европски студии
- Економски развој и меѓународни финансии
- Маркетинг
- МБА Менаџмент
- Менаџмент во осигувањето
- Монетрана економија, финансии и банкарство
- Сметководство и ревизија
- Статистички методи за бизнис и економија
- Управување во јавниот сектор

2) Двегодишни студиски програми

- Е – бизнис менаџмент
- Маркетинг
- Монетрана економија, финансии и банкарство
- Сметководство и ревизија
- Статистички методи за бизнис и економија

Студиска програма која е потребно да биде акредитирана

- Стратегиски менаџмент на човечки ресурси (едногодишна и двегодишна)

Елаборатите од став 1 на оваа предлог - одлука се усвојуваат заради реакредитација на наставниот план по кој ќе се изведува настава на студиските програми на втор циклус студии на Економскиот факултет – Скопје.

Елаборатите од став 1 на оваа предлог – одлука, согласно член 52 од Законот за високото образование (Сл.весник на Р.Македонија бр.35/08...24/13), да се достават до Универзитетскиот сенат на Универзитет „Св. Кирил и Методиј“ во Скопје, заради понатамошно постапување при добивањето на реакредитација на наставниот план по кој ќе се изведува настава на студиските програми на втор циклус студии на Економскиот факултет – Скопје.

Прилог на оваа предлог – одлука претставуваат елаборатите за усогласување и дополнување на наставниот план по кој ќе се изведува настава на студиските програми на втор циклус студии на Економскиот факултет – Скопје.

Оваа одлука да се достави до: Универзитет „Св. Кирил и Методиј“ во Скопје, Продекан за настава, Архива и Досие на седницата

Изработил: Д.К

ДЕКАН
Проф.д-р Љубомир Дракулевски

3. ОДЛУКА ЗА УСВОЈУВАЊЕ НА СТУДИСКАТА ПРОГРАМА ОД РЕКТОРСКАТА УПРАВА ИЛИ УНИВЕРЗИТЕТСКИОТ СЕНАТ

4. НАУЧНО-ИСТРАЖУВАЧКО ПОДРАЧЈЕ, ПОЛЕ И ОБЛАСТ КАДЕ ПРИПАГА СТУДИСКАТА ПРОГРАМА

Студиската програма која е предмет на усогласување според член 99 од Законот за високото образование е од:

- подрачје	5.	ОПШТЕСТВЕНИ НАУКИ
- поле	503	ЕКОНОМСКИ НАУКИ
- Област	50325	МАРКЕТИНГ

5. ВИД НА СТУДИСКАТА ПРОГРАМА (АКАДЕМСКИ ИЛИ СТРУЧНИ СТУДИИ)

Студиската програма на втор циклус студии - Маркетинг е од **академски вид**

6. СТЕПЕН НА ОБРАЗОВАНИЕ (ЦИКЛУС СТУДИИ)

Студиската програма е од **Втор циклус студии**

7. ЦЕЛ И ОПРАВДАНОСТ ЗА ВОВЕДУВАЊЕ НА СТУДИСКАТА ПРОГРАМА

Студиската програма на втор циклус студии - Маркетинг е предмет на реакредитирање, според член 99 од Законот за високото образование.

8. ГОДИНИ И СЕМЕСТРИ НА ТРАЕЊЕ НА СТУДИСКАТА ПРОГРАМА

Студиската програма на втор циклус студии - Маркетинг е во траење од **2 семестри**

9. ЕКТС КРЕДИТИ СО КОИ СЕ СТЕКНУВА СТУДЕНТОТ

За добивање звање магистер по економски науки од областа на Маркетингот, студентот треба да оствари **60 ЕКТС** согласно Законот за високо образование.

10. НАЧИН НА ФИНАНСИРАЊЕ

Студиите се врз база на самофинансирање од страна на студентите

11. УСЛОВИ ЗА ЗАПИШУВАЊЕ

Завршен прв циклус студии во времетраење од 8 семестри или најмалку 240 кредити.

12. ИНФОРМАЦИЈА ЗА ПРОДОЛЖУВАЊЕ НА ОБРАЗОВАНИЕТО

Со завршување на вториот циклус студии се стекнува право на запишување трет циклус на студии

13. УТВРДЕН СООДНОС ПОМЕЃУ ЗАДОЛЖИТЕЛНИТЕ И ИЗБОРНИТЕ ПРЕДМЕТИ И ДЕФИНИРАН НАЧИН НА ИЗБОР НА ПРЕДМЕТИТЕ

Структурата на предметите треба да биде следна:

1. **Три задолжителни предмети** утврдени со студиската програма според семестри на студирање (максимум 60% од вкупниот број предвидени предмети)
2. **Три изборни предмети** утврдени со студиската програма според семестри на студирање (најмалку 30% од вкупниот број предвидени изборни предмети од листата на Економски факултет - Скопје)
3. **Еден изборен предмет** (10% од вкупниот број предвидени предмети) од Листата на предмети утврдени од страна на Универзитетот „Св. Кирил и Методиј“ во Скопје

14. ПОДАТОЦИ ЗА ПРОСТОРОТ**ПРЕДВИДЕН ЗА РЕАЛИЗАЦИЈА НА СТУДИСКАТА ПРОГРАМА**

Просторот за реализацијата на студиските програми е даден во Картата на високообразовната институција. За оваа студиска програма се определени **ПРЕДАВАЛНА 9** и **ПРЕДАВАЛНА 10**.

15. ЛИСТА НА ОПРЕМА ПРЕДВИДЕНА ЗА РЕАЛИЗАЦИЈА НА СТУДИСКАТА ПРОГРАМА

Листата на опремата за реализацијата на студиските програми е дадена во Картата на високообразовната институција. Предавалните 9 и 10 се комплетно опремени со мултимедиски систем за изведување на наставата.

16. ПРЕДМЕТНИ ПРОГРАМИ СО ИНФОРМАЦИИ СОГЛАСНО ЧЛЕНОТ 4 ОД ОВОЈ ПРАВИЛНИК

Предметните програми за сите студиски програми на втор циклус студии - Маркетинг се дадени во ПРИЛОГ 1

17. СПИСОК НА НАСТАВЕН КАДАР СО ПОДАТОЦИ НАВЕДЕНИ ВО ЧЛЕНОТ 5 ОД ПРАВИЛНИКОТ ЗА ЗАЕДНИЧКИТЕ ЕЛЕМЕНТИ

	Име и презиме	Звање во кое е избран
1	д-р Снежана Ристевска - Јовановска	Редовен професор
2	д-р Анита Циунова Шулеска	Редовен професор
3	д-р Ежени Брзовска	Доцент
4	д-р Николина Пламидовска-Стерјадовска	Доцент
5	д-р Даниела Мамучевска	Доцент
6	д-р Димитар Јовевски	Доцент

Наставниот кадар за студиската програма на втор циклус студии - Маркетинг е дадени во ПРИЛОГ 2

18. ИЗЈАВА ОД НАСТАВНИКОТ ЗА ДАВАЊЕ СОГЛАСНОСТ ЗА УЧЕСТВО ВО ИЗВЕДУВАЊЕ НА НАСТАВА ПО ОДРЕДЕНИ ПРЕДМЕТИ ОД СТУДИСКАТА ПРОГРАМА

Изјавите на наставниот кадар за сите студиски програми на Економскиот факултет на втор циклус студии - Маркетинг се дадени во ПРИЛОГ 3

19. СОГЛАСНОСТ ОД ВИСОКООБРАЗОВНАТА УСТАНОВА ЗА УЧЕСТВО НА НАСТАВНИКОТ ВО РЕАЛИЗАЦИЈАТА НА СТУДИСКАТА ПРОГРАМА

Кадровската покриеност за предметите се утврдува со одлука на Наставно - научниот совет. Доколку има потреба за професори од други факултети согласноста би се обезбедила во редовна процедура.

20. ИНФОРМАЦИЈА ЗА БРОЈОТ НА СТУДЕНТИ ЗА ЗАПИШУВАЊЕ НА СТУДИСКАТА ПРОГРАМА

Бројот на студенти се дадени со предлог одлука од Наставно-начниот совет на Економскиот факултет. Вистинскиот број го утврдува Владата во соработка со Ректоратот на „Св. Кирил и Методиј“ во Скопје. Вкупниот број на студенти е утврден со решението за акредитација на студиската програма.

21. ИНФОРМАЦИЈА ЗА ОБЕЗБЕДЕНА ЗАДОЛЖИТЕЛНА И ДОПОЛНИТЕЛНА ЛИТЕРАТУРА

Во библиотеката на факултетот и кај предметните професори се обезбедени доволно наслови согласно нормативите на министерството од предложената основна (10%) и дополнителна (5%) литература.

22. ИНФОРМАЦИЈА ЗА ВЕБ СТРАНИЦА

www.eccf.ukim.edu.mk

23. СТРУЧНИОТ ОДНОСНО НАУЧНИОТ НАЗИВ СО КОЈ СЕ СТЕКНУВА СТУДЕНТОТ ПО ЗАВРШУВАЊЕ НА СТУДИСКАТА ПРОГРАМА

По завршувањето на студиската програма студентот се стекнува со звањето:

магистер по економски науки од областа на Маркетингот.

24. АКТИВНОСТИ И МЕХАНИЗМИ ПРЕКУ КОИ СЕ РАЗВИВА И СЕ ОДРЖУВА КВАЛИТЕТОТ НА НАСТАВАТА

Квалитетот на наставата се развива и одржува преку следните механизми:

- секоја година Економскиот факултет спроведува процес на самоевалуација на ниво на студиски програми, како и самоевалуација на ниво на целиот факултет;
- секој семестар се спроведуваат анонимни анкети на студентите за односот на наставниот кадар и квалитетот на наставно-образовниот процес.
- секоја година се унапредуваат предметните програми во процедура преку Колегиумот за втор циклус студии - Маркетинг и Наставно научниот совет на факултетот
- квалитетот на студиите се контролира и низ процесот на надворешна евалуација.

Листа на задолжителни и изборни премети на Втор циклус Маркетинг

- Три задолжителни предмети** утврдени со студиската програма според семестри на студирање (максимум 60% од вкупниот број предвидени предмети)
- Три изборни предмети** утврдени со студиската програма според семестри на студирање (30% од вкупниот број предвидени изборни предмети од листата на Економски факултет - Скопје)
- Еден изборен предмет** (10% од вкупниот број предвидени предмети) од Листата на предмети утврдени од страна на Универзитетот „Св. Кирил и Методиј“ во Скопје

ТАБЕЛА 1. ПРВ СЕМЕСТАР

Полн назив на предметната програма	ЕКТС	Број на часови настава	Број на часови
Задолжителен предмет 1	6	40	150
Задолжителен предмет 2	6	40	150
Задолжителен предмет 3	6	40	150
Изборен предмет од Листа на УКИМ**	6	40	150
	24		600

* Листа на слободни изборни предмети од модул 5 на Економски факултет - Скопје

** Листата на предмети утврдени од страна на Универзитетот „Св. Кирил и Методиј“ во Скопје

ТАБЕЛА 2. ВТОР СЕМЕСТАР

Полн назив на предметната програма	ЕКТС	Број на часови настава	Број на часови
Изборен предмет од Економски факултет*	6	40	150
Изборен предмет од Економски факултет*	6	40	150
Изборен предмет од Економски факултет*	6	40	150
Магистерски труд	18		250
	36		700

* Листа на слободни изборни предмети од модул 5 на Економски факултет - Скопје

ТАБЕЛА 3. Студиска програма втор циклус студии Маркетинг
Задолжителни предметни програми:

Код	Полн назив на предметната програма	Наставник	Број на часови	ЕКТС
МКТ 541	Принципи на маркетинг	проф. д-р Снежана Ристевска - Јовановска	40	6
МКТ 546	Маркетинг менаџмент	проф. д-р Анита Циунова - Шулеска	40	6
МКТ 547	Маркетинг истражување	доц. д-р Николина Паламидовска - Стерјадовска	40	6
	Изборен предмет од Листа на УКИМ		40	6

ТАБЕЛА 4. Изборни предметни програми од листата на предметни програми на Економски Факултет – Скопје

Код	Полн назив на предметната програма	Наставник	Број на часови	ЕКТС
МКТ 542	Однесување на потрошувачите	проф. д-р Снежана Ристевска - Јовановска	40	6
МКТ 543	Промоција	проф. д-р Анита Циунова - Шулеска	40	6
МКТ 544	Политика на производот	доц. д-р Ежени Брзовска	40	6
МКТ 545	Дистрибуција со методи на продажба	проф. д-р Снежана Ристевска - Јовановска	40	6
МКТ 548	Меѓународен маркетинг	доц. д-р Ежени Брзовска	40	6
МКТ 549	Маркетинг на услуги	проф. д-р Снежана Ристевска - Јовановска	40	6
МКТ 5410	Политика на цени во маркетингот	доц. д-р Даниела Мамучевска	40	6
МКТ 5411	Интернет маркетинг	доц. д-р Димитар Јовевски	40	6
	Магистерски труд			18
	Вкупно			60

* Студентите избираат 3 од предложените 6 изборни предмети од Економски факултет-Скопје

Студентот на втор циклус на студии може да пријави тези и тема за магистерски труд со образложение, откако ќе оствари 42 кредити со положување на испитите на студиумот на кој што е запишан.

ПРИЛОГ 1:
Предметните програми за студиската програма

ПРИЛОГ 2:
Кратка биографија на наставниот кадар