| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| **1.** | **Наслов на наставниот предмет** | **Предметна програма од прв циклус студии<br>Маркетинг на услуги** | | | |
| **2.** | **Код** | **МКТ 340** | | | |
| 3. | Студиска програма | Маркетинг | | | |
| 4. | Организатор на студиската програма (единица, односно институт, катедра, оддел) | Универзитет „Св Кирил и Методиј“ во Скопје<br>Економски факултет - Скопје | | | |
| 5. | Степен (прв, втор, трет циклус) | Прв | | | |
| 6. | Академска година/семестар | Треата година/ шести семестар | 7. | Број на ЕКТС-кредити | 7,5 |
| 8. | Наставник | Проф. д-р Снежана Ристевска-Јовановска | | | |
| 9. | Предуслови за запишување на предметот | Нема | | | |
| 10. | Цели на предметната програма (компетенции):<br>По завршувањето на наставата и положувањето на овој предмет, студентите треба да бидат способни:<br>• Да ги идентификуваат карактеристиките на услугите, преку идентификување на елементите според кои тие се разликуваат од производите, а кои се објаснети во рамки на материјата<br>• Детално да ги разберат инструментите на маркетингот на услуги преку поврзување на изложената материја, анализа на практични примери и изработка на проекти<br>• Да ги споредат и вреднуваат различните маркетинг стратегии од аспект на нивната специфичност кај услугите | | | | |
| 11. | Содржина на предметната програма:<br>Намерата на наставата по предметот е да се запознаат студентите со маркетинг концепцијата во работењето на услужните претпријатија и како таа функционира во практиката. Поаѓајќи од неопходноста од примена на маркетингот во услужните претпријатија, мора да се имаат предвид разликите помеѓу услугите и производите, а оттаму и специфичностите на маркетингот на услугите. Во денешните услови, кога услужните дејности бележат постојан пораст, не може да се занемари маркетинг пристапот во работењето на услужните претпријатија и задоволувањето на барањата на потрошувачите преку добра маркетинг програма. Исто како и кај производните претпријатија, така и кај услужните претпријатија, доброто управување со маркетингот на услугите е основа за успешно пазарно работење.<br>1. Услуги и услужен сектор<br>2. Потрошувачите како корисници на услуги<br>3. Комуникациски микс на услугите<br>4. Дистрибуција на услугите<br>5. Ценовна политика на услугите<br>6. Физички параметри (докази)<br>7. Кадрите во услужната индустрија<br>8. Продуктивност и квалитет на услугите | | | | |
| 12. | Методи на учење:<br>Предавања со презентации, интерактивни предавања, тимска работа, гостин на предавања, студии на случај, изработка и презентација на проектна задача, | | | | |
| 13. | Вкупен расположлив фонд на време | | 7.5 ЕКТС x 30 часови=225 часови | | |
| 14. | Распределба на расположливо време | | 60+30+30+15+90 =225 часови | | |
| 15. | Форми на наставните активности | 15.1. | Предавања-теоретска настава | | 60 часови |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | | 15.2. | Вежби (лабораториски, аудиториски), семинари, тимска работа | 30 часови |
| 16. | Други форми на активности | 16.1. | Семинарски/стручен труд/проект/истражување (презентација писмена и усна) | 30 часови |
| | | 16.2. | Самостојни задачи | 15 часови |
| | | 16.3. | Домашно учење | 90 часови |
| 17. | Начин на оценување | 60+30+10 = 100 бода | | |
| | 17.1. | Тестови | | 60 бодови |
| | 17.2. | Семинарска работа/проект (презентација:писмена и усна), лабораториски вежби | | 30 бодови |
| | 17.3. | Активност и учество | | 10 бодови |
| 18. | Критериуми за оценување (бодови/оценка) | до 50 бода | | 5 (пет) (F) |
| | | од 51 до 60 бода | | 6 (шест) (E) |
| | | од 61 до 70 бода | | 7 (седум) (D) |
| | | од 71 до 80 бода | | 8 (осум) (C) |
| | | од 81 до 90 бода | | 9 (девет) (B) |
| | | од 91 до 100 бода | | 10 (десет) (A) |
| 19. | Услов за потпис и полагање на завршен испит | Реализирани активности | | |
| 20. | Јазик на кој се изведува наставата | Македонски јазик | | |
| 21. | Метод на следење на квалитетот на наставата | интерна евалуација и анкета | | |

22. ЛИТЕРАТУРА

Задолжителна литература

| Реден број | Автор | Наслов | Издавач | Година |
|---|---|---|---|---|
| 1. | Снежана Ристевска-Јовановска | Маркетинг на услуги | Економски факултет, Скопје | 2012 |
| 2. | Kotler, P., Armstrong, G., Saunder, J., Wong, V. | Принципи на маркетинг | Prentice Hall | 2001 |

Дополнителна литература

| Реден број | Автор | Наслов | Издавач | Година |
|---|---|---|---|---|
| 1 | Снежана Ристевска – Јовановска, Бошко Јаќовски, Панче Јовановски | Маркетинг на услужни дејности | | 2008 |
| 2. | Cristopher Lovelock, Jochen Wirtz | Services Marketing, People, Technology, Strategy | Prentice Hall | 2004 |