

## Маркетинг на услуги

Предметна програма од втор циклус студии					
1.	Наслов на наставниот предмет	Маркетинг на услуги			
2.	Код	МКТ 549			
3.	Студиска програма	Маркетинг			
4.	Организатор на студиската програма (единица, односно институт, катедра, оддел)	Економски факултет - Скопје			
5.	Степен (трет циклус)	Втор циклус			
6.	Академска година/семестар	Прва година /втор семестар	7.	Број на ЕКТС	6
8.	Наставник	Проф. д-р Снежана Ристевска - Јовановска			
9.	Предуслови за запишување на предметот	Завршен прв циклус на студии со најмалку 240 кредити			
10.	Цели на предметната програма (компетенции): <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Студентот треба да ги знае карактеристиките на услугите преку идентификување на елементите според кои тие се разликуваат од производите.</li> <li>2. Студентот треба да е способен да демонстрира детално разбирање на инструментите на маркетингот на услуги.</li> <li>3. Студентот треба да е способен успешно да ги миксира 8П инструментите на маркетинг микст во сферата на услугите.</li> <li>4. Студентот треба да е способен да ги подели маркетинг стратегиите во сферата на услугите.</li> </ol>				
11.	<b>Содржина на предметот:</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Инструменти на маркетингот на услугите</li> <li>2. Производ на услужната индустрија</li> <li>3. Дистрибуција на услугите</li> <li>4. Ценовна политика на услугите</li> <li>5. Комуникациски маркетинг микс</li> <li>6. Физички параметри.</li> <li>7. Управување со луѓето за остварување услужни предности.</li> <li>8. Услугите како процес и како систем.</li> <li>9. Продуктивност и квалитет на услугите</li> </ol>				
12.	Методи на одржување на наставата: Интерактивни предавања со презентации, проектирање на филмови и спотови, гостин предавач, тимски проектни задачи – презентации на примери од практиката, консултативна настава, семинари				
13.	Вкупен расположлив фонд на време	6 ЕКТС x 30 часови = 180 часови			
14.	Распределба на расположливо време	24+16+40+10+90 =180 часови			
15.	Форми на наставните активности	15.1.	Предавања-теоретска настава	40 часови	
		15.2.	Вежби (лабораториски, аудиториски), семинари, тимска работа	16 часови	
16.	Други форми на активности	16.1.	Проектни задачи	40 часови	
		16.2.	Самостојни задачи	10 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)	30 бодови		
	17.3.	Активност и учество	10 бодови		
18.	Критериуми за оценување (бодови/оценка)	помалку од 60 бода		5 (пет) (F)	
		од 61 до 68 бода		6 (шест) (E)	
		од 69 до 76 бода		7 (седум) (D)	
		од 77 до 84 бода		8 (осум) (C)	
		од 85 до 92 бода		9 (девет) (B)	
		од 93 до 100 бода		10 (десет) (A)	
19.	Услов за потпис и полагање на завршен испит	Реализирани активности од точка 15 и 16			
20.	Јазик на кој се изведува наставата	Македонски јазик			
21.	Метод на следење на квалитетот на наставата	Интерна евалуација и анкета			
22.	ЛИТЕРАТУРА				

22.1.	Задолжителна литература				
	Ред. број	Автор	Наслов	Издавач	Година
	1.	Снежана Р.Јовановска	Маркетинг на услуги	Економски факултет - Скопје	2012
22.2.	Дополнителна литература				
	Ред. број	Автор	Наслов	Издавач	Година
	1.	Cristopher Lovelock, Jochen Wirtz	Services Marketing, 7/E	Hardcover - Jan. 29	2010
	2.	K. Douglas Hoffman, John E.G. Bateson, and Emma Wood	Services Marketing: Concepts, Strategies and Cases	Paperbac, Apr	2009
	3.	Cristopher Lovelock, Jochen Wirtz	Services Marketing, People, Technology, Strategy, 5e	Prentice Hall	2008
	4.	Снежана Р.Јовановска, Б. Јаковски, Панче Јовановски	Маркетинг на услужни дејности	Скопје	2008