

## Меѓународен маркетинг

		Предметна програма од втор циклус студии			
1.	Наслов на наставниот предмет	Меѓународен маркетинг			
2.	Код	МКТ 548			
3.	Студиска програма	Маркетинг			
4.	Организатор на студиската програма (единица, односно институт, катедра, оддел)	Економски факултет - Скопје			
5.	Степен (прв, втор, трет циклус)	втор			
6.	Академска година/семестар		7.	Број на ЕКТС-кредити	6
8.	Наставник	Проф. д-р Ежени Брзовска			
9.	Предуслови за запишување на предметот	Нема			
10.	Цели на предметната програма (компетенции): По завршувањето на наставата и положувањето на овој предмет 1. Студентот да го разбере концептот на меѓународниот маркетинг 2. Студентот да го согледа комплексното меѓународно окружување 3. Студентот да биде способен да изврши селекција и избор на надворешни пазари 4. Студентот да го разбере меѓународното пазарно таргетирање и да избере соодветна форма за настап на странски пазар 5. Студентот треба да биде оспособен успешно да ги анализира и примени глобалните маркетинг стратегии				
11.	Содржина на предметната програма: Целта на наставата по овој предмет е да се запознаат студентите со структурата, природата и различните карактеристики на маркетингот во меѓународното окружување. Во рамки на предметот се објаснува комплексниот карактер на меѓународниот маркетинг и потребата да се анализираат различните економски, социјални, политички, културни и правни димензии од концептуална и апликативна перспектива. Меѓународниот маркетинг го објаснува влијанието на факторите на меѓународното окружување и потребата од нивно интегрирање во маркетинг програми и стратегии. Предмет на истражување се промените во меѓународното окружување и адаптацијата на производот, цената, дистрибуцијата и промоцијата во различни земји. 1. Меѓународен маркетинг концепт 2. Меѓународно маркетинг окружување 3. Селекција и избор на надворешни пазари 4. Меѓународно пазарно таргетирање 5. Развој и имплементирање на стратегии за настап на странски пазар 6. Анализа на елементите на маркетинг мисокот во меѓународно окружување 7. Согледување на глобалните пазарни предизвици				
12.	Методи на учење: 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		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	24 часови	
		15.2.	Вежби (лабораториски, аудиториски), семинари, тимска работа	16 часови	
16.	Други форми на активности	16.1.	Семинарски/стручен труд/проект/истражување (презентација писмена и усна)	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), 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					
	22.1.	Задолжителна литература				
		Реден број	Автор	Наслов	Издавач	Година
		1.	Cateora, P.R., Gilly, M.C. and Graham, J.	International Marketing	McGraw-Hill Higher Education	2019
	2.	Keegan W. J. and Green, M.C	Global Marketing	Pearson Education Inc.	2017	
	22.2.	Дополнителна литература				
		Реден број	Автор	Наслов	Издавач	Година
		1	Kotabe, M., and Helsen, K.	Global marketing management	Wiley	2020
		2.	Plan, A.	Global marketing	Routledge	2020
		3.	Jan-Benedict, S.	Global Brand Strategy: World-wise Marketing in the Age of Branding	Palgrave Macmillan	2017
4.	Петковска Мирчевска, Т.	Меѓународен маркетинг	Универзитет Св. Кирил и Методиј	2014		