

Принципи на маркетинг

Предметна програма од втор циклус студии					
1.	Наслов на наставниот предмет	Принципи на маркетинг			
2.	Код	МКТ 541			
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 / прв 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.	<p>Цели на предметната програма (компетенции):</p> <p>По завршувањето на наставата студентите треба да бидат способни да:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Да ги осознаат инструментите на маркетинг миксот и процесот на управување и раководењето со маркетинг активностите 2. Да ја применат маркетинг концепцијата во работењето на претпријатијата 3. Да донесуваат правилни маркетиншки одлуки базирани на претходно извршено маркетинг истражување 4. Успешно да ги комбинираат инструментите на маркетинг миксот при настап на различни пазарни сегменти на домашен пазар 5. Успешно да ги комбинираат инструментите на маркетинг миксот при настап на различни пазарни сегменти на странските пазари 				
11.	<p>Содржина на предметната програма:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Дефинирање на маркетингот и маркетинг концептот 2. Разбирање на пазарот и потрошувачите 3. Маркетинг истражување и маркетинг информативен систем 4. Инструменти на маркетингот 5. Маркетинг менаџмент 6. Посебни подрачја на примена на маркетингот 				
12.	Методи на учење: 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	24 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 Ристевска - Јовановска	Маркетинг – теорија и практика	Скопје	2014
22.2.	Дополнителна литература				
	Ред. број	Автор	Наслов	Издавач	Година
	1.	Philip Kotler & Gary Armstrong	Principles of marketing, 18/E,	Pearson Prentice Hall New Jersey	2020
	2.	Philip Kotler & Gary Armstrong	Principles of marketing 13/E,	Pearson Prentice Hall New Jersey	2009
	3.	Снежана Ристевска Јовановска; Б.Јаќовски	Маркетинг, 8е	Економски факултет, Скопје	2007