

Стратегии на цени

Предметна програма од втор циклус студии					
1.	Наслов на наставниот предмет	Стратегии на цени			
2.	Код	МКТ 5410			
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 Даниела Бојациева			
9.	Предуслови за запишување на предметот	Завршен прв циклус на студии со најмалку 240 кредити			
10.	<p>Цели на предметната програма (компетенции): По завршувањето на наставата и положувањето на овој предмет, студентите треба да бидат способни за:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Да ги разберат основните принципи на стратегиското определување и управување со цените; 2. Анализа на влијанието на одделните детерминанти во дефинирањето на стратегијата на цени нејзината имплементација; 3. Примена на современите методи за утврдување на продажните цени; 4. Примена на методите на квантитативна анализа во управувањето со цените 5. Креирање и развој на ефективни и конкурентни стратегии и политики на цени; 6. Практично осознавање и примена на специфичните инструменти на политиката на цени. 				
11.	<p>Содржина на предметната програма:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Современи трендови во управувањето со продажните цени и нивната важност за конкурентно и профитабилно деловно работење 2. Принципи на стратегиското дефинирање и управување со цените 3. Еластичност на побарувачката и сензитивна анализа на профитот 4. Психолошките влијанија врз цената, перцепциите на потрошувачите и теорија напроспектот 5. Методи за утврдување на продажната цена 6. Управување со цените (сегментирање на цените, промоции на цени, управување со попустите на цените) 7. Развој на ценовни структури 8. Примена на теоријата на игри во управувањето со конкурентски ориентиранополитика на цени 9. Градење на пазарната конкурентската предност на фирмата преку развој на ефективни стратегии и политики на цени 10. Ограничувања во дефинирањето и имплементацијата на политиката на цени 11. Развивање на систем за ефикасно управување со цените во една компанија 				
12.	Методи на учење: Интерактивни предавања со пауер поинт 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.	Thomas T. Nagle, John E. Hogan and Joseph Zale	The strategy and tactics of pricing - A guide to growing more profitably, 5th edition	Prentice Hall Marketing Series	2011
	2.	Julie M. Meehan, Michael G. Simonetto, Larry Montan, Jr and Christopher A. Goodin	Pricing and Profitability Management – A practical Guide for Business Leaders	Wiley, John Wiley & Sons, Inc.	2011
22.2.	Дополнителна литература				
	Ред. број	Автор	Наслов	Издавач	Година
	1.	Ernst-Jan Bouter	Pricing: The third business skill: Principles of Price Management	First Price B.V., The Netherlands	2013
	2.	Tim J. Smith	Pricing Strategy: Settings price levels, Managing price discounts and Establishing Price Structure	South-Western Cengage Learning	2012
	3.	Walter L. Baker Michael V. Marn Craig C. Zawada	The Price Advantage, Second Edition	Wiley, John Wiley & Sons, Inc.	2010
	4.	Олга Градишка Теменугова	Маркетинг политика цени	Економски факултет-Скопје,	2015