

## РЕФЕРАТ

### ЗА ИЗБОР НА НАСТАВНИК ВО СИТЕ НАСТАВНО-НАУЧНИ ЗВАЊА ВО НАСТАВНО-НАУЧНАТА ОБЛАСТ (ДИСЦИПЛИНА) МАРКЕТИНГ, ПО ПРЕДМЕТИТЕ: УПРАВУВАЊЕ СО ИНОВАЦИИ И ПРОИЗВОД И УПРАВУВАЊЕ СО МАРКЕТИНГ-КАНАЛИ, НА ЕКОНОМСКИОТ ФАКУЛТЕТ ВО СКОПЈЕ

Врз основа на конкурсот на Универзитетот „Св. Кирил и Методиј“ во Скопје/Економски факултет – Скопје, објавен во весниците „Слободен печат“ и „Коха“ од 20.12.2022 година, за избор на наставник во сите наставно-научни звања во наставно-научната област (дисциплина) маркетинг, по предметите: Управување со иновации и производ и Управување со маркетинг-каналите, и врз основа на Одлуката на Наставно-научниот совет, бр. 02-67/5 од 27.1.2023 година, донесена на седницата одржана на 27.1.2023 година, формирана е Рецензентска комисија во состав: д-р Снежана Ристевска-Јовановска, редовен професор на Економскиот факултет во Скопје, д-р Анита Циунова-Шулеска, редовен професор на Економскиот факултет во Скопје и д-р Татјана Петковска-Мирчевска, редовен професор на Економскиот институт во Скопје.

Како членови на Рецензентската комисија, по прегледувањето на доставената документација го поднесуваме следниов

### ИЗВЕШТАЈ

На објавениот конкурс за избор на наставник во сите наставно-научни звања во научната област (дисциплина) маркетинг, по предметите: Управување со иновации и производ и Управување со маркетинг-каналите, во предвидениот рок се пријави вонр. проф. д-р Ежени Брзовска.

#### 1. БИОГРАФСКИ ПОДАТОЦИ И ОБРАЗОВАНИЕ

Кандидатката вонр. проф. д-р Ежени Брзовска е родена на 20.5.1979 година во Скопје. Дипломирала на Економскиот факултет во Скопје, на 21.10.2002 година, каде што била и наградена за најдобар студент на департаментот маркетинг. По положувањето на предвидените испити со просечна оценка 9,6, на 7 јуни 2006 магистрирала на тема: *Зашијувањето на постојувачиите и нивниите улоги на пазарот* и се здобила со научен степен – магистер на економски науки од областа маркетинг. Кандидатката активно се служи со англискиот јазик.

Во периодот од 2003 до 2009 година работела во Македонски Телеком – Скопје, во департаментот за маркетинг-комуникација, каде што извршувала работни задачи од областа на маркетингот. Таа била наградена за најдобар вработен во Македонски Телеком за годината 2007 во областа за маркетинг и продажба. За помлад асистент на група предмети од областа на маркетингот е избрана во декември 2009 година. Докторската дисертација под наслов: *Електронскиите медиуми на телекомуникацискиот пазар и трендоите на појава на новиите медиуми* ја одбрала на 12.11.2012 година на Економскиот факултет во Скопје, со што се стекнала со академскиот степен доктор на економски науки.

Д-р Ежени Брзовска е вработена на Економскиот факултет во Скопје од 30.12.2009 година.

На 21.6.2018 година е избрана во звањето вонреден професор на Економскиот факултет во Скопје при УКИМ во областа маркетинг.

Во моментот е вонреден професор. Последниот реферат за избор е објавен во Билтенот на УКИМ бр. 1170 од 1.6.2018 година.

Рецензентската комисија ги имаше предвид вкупните научни, стручни, педагошки и други остварувања на кандидатката од почетокот на кариерата, објавени во Билтенот бр. 1170 од 1.6.2018 година, како и вкупните научни, стручни, педагошки и други остварувања на кандидатката од последниот избор до денот на пријавата, врз основа на сета поднесена документација која е од важност за изборот.

## **2 НАУЧНИ, СТРУЧНИ, ПЕДАГОШКИ И ДРУГИ ОСТВАРУВАЊА НА КАНДИДАТКАТА ОД ПОСЛЕДНИОТ ИЗБОР ДО ДЕНОТ НА ПРИЈАВАТА**

### **Наставно-образовна дејност**

Во рамките на наставно-образовната дејност на УКИМ/Економски факултет – Скопје, кандидатката вонр. проф. д-р Ежени Брзовска изведува настава на прв циклус студии по предметите: Управување со производот, Управување со маркетинг-каналите и Меѓународен маркетинг, како и на предметите: Политика на производ и Меѓународен маркетинг на вториот циклус студии на студиската програма Маркетинг.

Во изведувањето на наставата, кандидатката манифестира напредни педагошки вештини и применува современи методички и наставни практики. Успешно и квалитетно ги организира и ги реализира предавањата преку континуирана и отворена интеракција со студентите.

Во функција на наставата, кандидатката е ангажирана со консултации со студенти од прв, втор и трет циклус студии, менторира изработка и презентација на проектни задачи, дипломски, магистерски и докторски трудови. Кандидатката, исто така, учествува во изготвување на испитни прашања, организирање и спроведување на испити и колоквиуми по своите предмети.

Кандидатката била ментор на 57 дипломски трудови, ментор на еден магистерски и на еден докторски труд.

Кандидатката е автор на рецензиран универзитетски учебник под наслов: *Управување со иновации и производ*, во издание на Економски факултет – Скопје од 2022 година.

Конкретните активности кои припаѓаат во наставно-образовната дејност, релевантни за изборот, се наведени во табелата во Анекс 2 (член 2) од Правилникот за избор, со датуми и други релевантни податоци.

### **Научноистражувачка дејност**

Д-р Ежени Брзовска, од последниот избор до денот на пријавата, објавила вкупно 11 научни трудови. Од трудовите посебно значење имаат 2 труда што претставуваат трудови со оригинални научни резултати, објавени во референтно научно/стручно списание со меѓународен уредувачки одбор со импакт-фактор и во зборник на трудови на реномирана меѓународна конференција за маркетинг. Од останатите објавени трудови, 3 труда се со оригинални научни резултати, објавени во научни/стручни списанија со меѓународен уредувачки одбор, 4 труда се со оригинални научни/стручни резултати, објавени во зборници на трудови од научни/стручни собири со меѓународен уредувачки одбор и 2 труда се објавени во зборник на трудови на високообразовна институција.

Во изборниот период, вонр. проф. д-р Ежени Брзовска одржала 2 пленарни предавања на научни/стручни собири.

Во изборниот период, вонр. проф. д-р Ежени Брзовска била учесник во 2 меѓународни научни проекти и рецензирала 4 научни/стручни трудови.

Други активности кои припаѓаат во научноистражувачката дејност, релевантни за изборот (називите на трудовите, проектите и сл.), се наведени во табелата во Образец 2, дадена во прилог на овој Извештај.

### **Стручно-апликативна дејност и дејност од поширок интерес**

Кандидатката д-р Ежени Брзовска реализирала исклучително богата стручно-апликативна дејност и дејност од поширок интерес во анализираниот период.

Кандидатката е експерт за евалуација на ЕРАЗМУС-проекти на Националната агенција за европски образовни програми и мобилност. Кандидатката дисеминирала стручно мислење и била член на жири на Creative business cup и на ФинХакатон-Мој ДДВ#Моја награда при Министерството за финансии.

Во целокупниот анализиран период, д-р Ежени Брзовска била активно вклучена во промотивните активности на Факултетот на 1. и на 2. циклус студии.

Кандидатката била член на Програмскиот одбор на Меѓународната научна конференција – 11th EMAC Regional: Challenging the status quo in marketing research.

Во анализираниот период, кандидатката д-р Ежени Брзовска била раководител на студиската програма Маркетинг на 2. циклус студии на Економскиот факултет во Скопје.

Други активности кои припаѓаат во стручно-апликативната дејност и дејноста од поширок интерес релевантни за изборот, се наведени во табелата во Образец 2, дадена во прилог на овој Извештај.

#### **Оценка од самоевалуација**

Кандидатката вонр. проф. д-р Ежени Брзовска, во периодот од последниот избор во звањето вонреден професор, заклучно со учебната 2021/2022 година, во континуитет добива позитивна просечна оценка повисока од 9,3 од анонимно спроведените анкети на студентите на Економскиот факултет во Скопје. Ова е уште една потврда за нејзиниот квалитет како наставник и педагог.

### **ЗАКЛУЧОК И ПРЕДЛОГ**

Врз основа на целокупната доставена документација и личното познавање на кандидатката, Рецензентската комисија позитивно ја вреднува и ја оценува плодната наставно-образовна, научноистражувачка и стручно-апликативна дејност, како и дејноста од поширок интерес на вонр. проф. д-р Ежени Брзовска.

Врз основа на изнесените податоци за севкупната активност на кандидатката (вкупно пресметани 159,73 поени, од кои во наставно-образовната дејност – 69,63 поена, во научноистражувачката дејност – 74,10 поена и во стручно-апликативната дејност и дејноста од поширок интерес – 16 поена) од последниот избор до денес, Комисијата заклучи дека вонр. проф. д-р Ежени Брзовска поседува научни и стручни квалитети и според Законот за високото образование и Правилникот за критериумите и постапката за избор во наставно-научни, научни, наставно-стручни и соработнички звања и асистенти-докторанди на Универзитетот „Св. Кирил и Методиј“ во Скопје, ги исполнува сите услови да биде избрана во звањето редовен професор во научната област маркетинг, по предметите: Управување со иновации и производ и Управување со маркетинг-канали.

Според гореизнесеното, Комисијата има чест и задоволство да му предложи на Наставно-научниот совет на Економскиот факултет во Скопје, вонр. проф. Ежени Брзовска да биде избрана во звањето редовен професор во научната област маркетинг, по предметите: Управување со иновации и производ и Управување со маркетинг-канали.

### **РЕЦЕНЗЕНТСКА КОМИСИЈА**

**Проф. д-р Снежана Ристевска-Јовановска, с.р.**

**Проф. д-р Анита Циунова-Шулеска, с.р.**

**Проф. д-р Татјана Петковска-Мирчевска, с.р.**

**ОБРАЗЕЦ 1**  
**ОПШТИ УСЛОВИ ЗА ИЗБОР ВО НАСТАВНО-НАУЧНО, НАУЧНО,**  
**НАСТАВНО-СТРУЧНО И СОРАБОТНИЧКО ЗВАЊЕ**

**Кандидат:** Ежени Брзовска  
**Институција:** Економски факултет – Скопје  
**Научна област:** маркетинг

**ОПШТИ УСЛОВИ ЗА ИЗБОР ВО НАСТАВНО-НАУЧНО ЗВАЊЕ – РЕДОВЕН**  
**ПРОФЕСОР**

Ред. број	ОПШТИ УСЛОВИ	Исполнетост на општите услови да/не
1	Просечен успех од најмалку 8,00 (осум) на студиите на прв и втор циклус за секој циклус посебно, односно има остварено просечен успех од најмалку 8,00 (осум) на интегрираните студии од првиот и вториот циклус * Просечниот успех на прв циклус изнесува: <u>9,00</u> Просечниот успех на втор циклус изнесува: <u>9,56</u> Просечниот успех изнесува <u>9,28</u> за интегрираните студии.	ДА
2	Научен степен – доктор на науки од научната област за која се избира Назив на научната област: <u>маркетинг</u> ; поле: <u>економски науки</u> ; подрачје: <u>општествени науки</u> .	ДА
3	Објавени најмалку шест научни труда** во референтна научна публикација согласно со ЗВО во последните пет години пред објавувањето на конкурсот за избор	ДА
3.1	Научно списание во кое трудовите што се објавуваат подлежат на рецензија и кое е индексирани во најмалку една електронска база на списанија со трудови достапна на интернет, како што се: Ebsco, Emerald, Scopus, Web of Science, Journal Citation Report, SCImago Journal Rank или друга база на списанија која ќе ја утврди Националниот совет за високо образование 1. Назив на научното списание: <i>Universal Access in the Information Society, Vol. 21, No.3, pp. 639-655.</i> 2. Назив на електронската база на списанија: Springer 3. Наслов на трудот: “An analysis of social interaction between novice older adults when learning gesture-based skills through simple digital games”. 4. Година на објава: 2021	ДА
3.2	Научно списание во кое трудовите што се објавуваат подлежат на рецензија и кое е индексирани во најмалку една електронска база на списанија со трудови достапна на интернет, како што се: Ebsco, Emerald, Scopus, Web of Science, Journal Citation Report, SCImago Journal Rank или друга база на списанија која ќе ја утврди Националниот совет за високо образование 1. Назив на научното списание: <i>Dynamic relationships management journal, Vol. 8, No. 1, pp. 41-53</i> 2. Назив на електронската база на списанија: EBSCO	ДА

Ред. број	ОПШТИ УСЛОВИ	Исполнетост на општите услови да/не
	<p>3. Наслов на трудот: “HR branding and the potential value: empirical evidence and practical implications”                      4. Година на објава: 2019</p>	
3.3	<p>Научно списание во кое трудовите што се објавуваат подлежат на рецензија и кое е индексирано во најмалку една електронска база на списанија со трудови достапна на интернет, како што се: Ebsco, Emerald, Scopus, Web of Science, Journal Citation Report, SCImago Journal Rank или друга база на списанија која ќе ја утврди Националниот совет за високо образование</p> <p>1. Назив на научното списание: <i>Athens Journal of Tourism, Vol. 5, No. 4, pp. 288-304</i>                      2. Назив на електронската база на списанија: EBSCO                      3. Наслов на трудот: “The Importance and Performance of Different Dimensions of the Experience Based Model within Cultural Institutions.”                      4. Година на објава: 2018</p>	ДА
3.4	<p>Зборник на рецензирани научни трудови, презентирани на меѓународни академски собири каде што членовите на програмскиот или научниот комитет се од најмалку три земји</p> <p>1. Назив на зборникот: <i>Proceedings from the 1st International Scientific Conference Economic and Business Trends Shaping the Future</i>                      2. Назив на меѓународниот собир: <i>1st International Scientific Conference Economic and Business Trends Shaping the Future</i>                      3. Имиња на земјите: Австрија, Арџентина, Албанија, Бугарија, Босна и Херцеговина, Велика Британија, Германија, Ирска, Канада, Полска, Португалија, САД, Северна Македонија, Словенија, Словачка, Србија, Турција, Франција, Хрватска, Црна Гора, Швајцарија                      4. Наслов на трудот: “The Experience Economy Approach -An Empirical Examination in Wine Industry “                      5. Година на објава: 2020</p>	ДА
3.5	<p>Зборник на рецензирани научни трудови, презентирани на меѓународни академски собири каде што членовите на програмскиот или научниот комитет се од најмалку три земји</p> <p>1. Назив на зборникот: <i>Proceedings of the European Marketing Academy - 11th EMAC Regional</i>                      2. Назив на меѓународниот собир: Challenging the status quo in marketing research                      3. Имиња на земјите: Босна и Херцеговина, Унгарија, Холандија, Велика Британија, РСМ, Австрија, Хрватска, Италија, Данска, САД, Србија, Романија, Русија, Шпанија, Полска, Словенија, Норвешка, Литванија</p>	ДА

Ред. број	ОПШТИ УСЛОВИ	Исполнетост на општите услови да/не
	4. Наслов на трудот: “Brand representation and symbolism understanding–perceived differences among young consumers“ 5. Година на објава: 2020	
3.6	Зборник на рецензирани научни трудови, презентирани на меѓународни академски собири каде што членовите на програмскиот или научниот комитет се од најмалку три земји 1. Назив на зборникот: <i>Proceedings from Graz University of Technology Institute of Business Economics and Industrial Sociology</i> 2. Назив на меѓународниот собир: <i>10th EPIEM/ESTIEM Conference: Creating Value Conference</i> 3. Имиња на земјите: <i>Австрија, Ирска, Италија, Холандија, Португалија, Романија, Србија, Слованија, Шпанија</i> 4. Наслов на трудот: "Determining Different Activities within Experience Economy Model for Cultural Institution" 5. Година на објава: 2018	ДА
4	Објавен рецензиран учебник, монографија, практикум или збирка задачи од научната област за која се избира 1. Наслов на учебникот: <i>Управување со иновации и производ</i> 2. Место и година на објава: <u>Скопје, 2022 год.</u>	ДА
5	Претходен избор во наставно-научно звање – <u>вонреден професор</u> , датум и број на Билтен: <u>1.6.2018 год., бр. 1170.</u>	ДА
6	Има способност за изведување на високообразовна дејност	ДА

#### РЕЦЕНЗЕНТСКА КОМИСИЈА

Проф. д-р Снежана Ристевска-Јовановска, с.р.  
Проф. д-р Анита Циунова-Шулеска, с.р.  
Проф. д-р Татјана Петковска-Мирчевска, с.р.

**ОБРАЗЕЦ 2**  
**ПОСЕБНИ УСЛОВИ ЗА ИЗБОР ВО НАСТАВНО-НАУЧНО, НАУЧНО И НАСТАВНО-СТРУЧНО ЗВАЊЕ**

**Кандидат:** Ежени Миломир Брзовска  
(име, татково име и презиме)  
**Институција:** Економски факултет – Скопје  
(назив на факултетот/институтот)  
**Научна област:** маркетинг

**НАСТАВНО-ОБРАЗОВНА ДЕЈНОСТ**

Ред. број	Назив на активност:	Поени
	<p><b><u>Одржување на настава</u></b></p> <p><b><u>Прв циклус студии</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ <b><u>2018/2019</u></b></li> <li>➤ Управување со производот <math>4*15*0.04=2,4</math></li> <li>➤ <b><u>2019/2020</u></b></li> <li>➤ Управување со производот <math>4*15*0.04=2,4</math></li> <li>➤ Управување со маркетинг-каналы <math>4*15*0.04=2,4</math></li> <li>➤ Меѓународен маркетинг <math>4*15*0.04=2,4</math></li> <li>➤ <b><u>2020/2021</u></b></li> <li>➤ Управување со производот <math>4*15*0.04=2,4</math></li> <li>➤ Управување со маркетинг-каналы <math>4*15*0.04=2,4</math></li> <li>➤ Меѓународен маркетинг <math>4*15*0.04=2,4</math></li> <li>➤ <b><u>2021/2022</u></b></li> <li>➤ Управување со производот <math>4*15*0.04=2,4</math></li> <li>➤ Управување со маркетинг-каналы <math>4*15*0.04=2,4</math></li> <li>➤ Меѓународен маркетинг <math>4*15*0.04=2,4</math></li> </ul> <p><b><u>Одржување на вежби</u></b></p> <p><b><u>Прв циклус студии</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ <b><u>2018/2019</u></b></li> <li>➤ Управување со производот <math>2*15*0.03=0,9</math></li> <li>➤ Меѓународен маркетинг <math>2*15*0.03=0,9</math></li> <li>➤ <b><u>2019/2020</u></b></li> <li>➤ Управување со производот <math>2*15*0.03=0,9</math></li> <li>➤ Управување со маркетинг-каналы <math>2*15*0.03=0,9</math></li> <li>➤ Меѓународен маркетинг <math>2*15*0.03=0,9</math></li> <li>➤ <b><u>2020/2021</u></b></li> <li>➤ Управување со производот <math>2*15*0.03=0,9</math></li> <li>➤ Управување со маркетинг-каналы <math>2*15*0.03=0,9</math></li> <li>➤ Меѓународен маркетинг <math>2*15*0.03=0,9</math></li> <li>➤ <b><u>2021/2022</u></b></li> <li>➤ Управување со производот <math>2*15*0.03=0,9</math></li> <li>➤ Управување со маркетинг-каналы <math>2*15*0.03=0,9</math></li> <li>➤ Меѓународен маркетинг <math>2*15*0.03=0,9</math></li> </ul> <p><b><u>Втор циклус студии</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ <b><u>2019/2020</u></b></li> <li>➤ Политика на производ <math>40*0,05 =2</math></li> <li>➤ Меѓународен маркетинг <math>40*0,05 =2</math></li> </ul> <p><b><u>Трет циклус студии</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ <b><u>2020/2021</u></b></li> </ul>	39.7



	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Организациски науки и управување (Менаџмент) 30*0,06=1,8</li> </ul>	
	<p><b><u>Консултација со студенти</u></b> <b><u>Прв циклус студии</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Управување со производот 4 (семестри) *70*0,002=0,56</li> <li>▪ Меѓународен маркетинг 4 (семестри) *60*0,002=0,48</li> <li>▪ Управување со маркетинг-канали 3 (семестри) *80*0,002=0,48</li> </ul> <p><b><u>Втор циклус студии</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ <b><u>2018/2019</u></b> Политика на производ 2*0,002 =0,004 Меѓународен маркетинг 2**0,002=0,004</li> <li>➤ <b><u>2019/2020</u></b> Политика на производ 1 *0,002 =0,002 Меѓународен маркетинг 1 *0,002=0,002</li> </ul>	1.532
	<p><b><u>Ментор на дипломска работа</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 57 дипломски работи 57*0,2=11,4</li> </ul>	11.4
	<p><b><u>Член на комисија за оцена или одбрана на магистратура</u></b></p> <p>2 комисии 2*0,3 =0,6</p>	0.6
	<p><b><u>Член на комисија за оцена или одбрана на дипломска</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 64 комисија 64*0,1 =6,4</li> </ul>	6.4
	<p><b><u>Позитивно рецензиран универзитетски учебник (8 поени)</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ „Управување со иновации и производ“ – автор, ноември 2022</li> </ul>	8
	<p><b><u>Пакет материјали за одреден предмет (1 поен)</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Управување со маркетинг-канали, прв циклус 1</li> <li>▪ Меѓународен маркетинг, прв циклус 1</li> </ul>	2
	<b>Вкупно</b>	<b>69.63</b>

#### НАУЧНОИСТРАЖУВАЧКА ДЕЈНОСТ

Ред. број	Назив на активност:	Поени
	<b><u>Ментор на докторски труд (5 поени)</u></b> Ментор на еден кандидат	5
	<b><u>Ментор на магистерска работа (2 поена)</u></b> Ментор на еден кандидат	2
	<b><u>Раководител на национален научен проект (6 поени)</u></b>	6

	Примена на моделот на економија на искуство – емпириско истражување во рамки на културните институции (The experience economy approach - an empirical examination within cultural institutions)	
	<b>Учесник во национален научен проект (3 поени)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ „Развивање индекс на задоволство на потрошувачите во Р Македонија”, Универзитет „Св. Кирил и Методиј” во Скопје, 2018 – 2022</li> </ul>	3
	<b>Учесник во меѓународен научен проект (5 поени)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Учесник во меѓународен проект: Quality management and competitiveness project - JICA, UKIM, Nagasaki University, UNWE Bulgaria 2018-ongoing 5</li> <li>▪ Учесник во меѓународен проект: Participating in International project “Gameplay for inspiring digital adoption”- Innovative approaches for mentoring and supporting older adults for digital adoption, Gameplay for inspiring digital adoption ERASMUS PROJECT 2016-2019 5</li> </ul>	10
	<b><u>Трудови со оригинални научни резултати, објавени во научно списание кое нема импакт-фактор за годината во која е објавен трудот, во која трудовите што се објавуваат подлежат на рецензија и кое е индексирано во најмалку една електронска база на списанија достапна на интернет... (5 поени)</u></b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Debarliev, S., Brzovska, E. , Janevska – Iliev. A., (2019), “HR branding and the potential value: empirical evidence and practical implications, Dynamic relationships management journal”, Vol. 8, No. 1, pp. 41-53, DOI:10.17708/DRMJ.2019.v08n01a04 (80% од 5 бода = 4)</li> <li>▪ Brzovska E.(2018), “The Importance and Performance of Different Dimensions of the Experience Based Model within Cultural Institutions, Athens Journal of Tourism”, Vol. 5, No. 4, pp. 288-304, DOI:10.30958/ajt.5-4-3 5</li> </ul>	9
	<b><u>Труд со оригинални научни резултати, објавен во научно списание кое има импакт-фактор за годината во која е објавен трудот, во која трудовите што се објавуваат подлежат на рецензија и кое е индексирано во најмалку една електронска база на списанија достапна на интернет... (8 поени)</u></b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ M. Springett, M. Mihajlov, E. Brzovska, M. Orozel, V. Elsner, S. Oppl, C. Stary, S. Keith and J. Richardson, (2021), “An analysis of social interaction between novice older adults when learning gesture-based skills through simple digital games”. Universal Access in the Information Society, 21(3), 639-655 (60% од 8 бода = 4,8)</li> </ul>	4.8
	<b>Труд со оригинални научни резултати, објавен во научно списание во кое трудовите што се објавуваат подлежат на рецензија и кое има меѓународен уредувачки одбор (5 поени)</b>	4

	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Brzovska, E., Došen, Đ. O., and Simjanovska, I. (2018), The importance of different dimensions in the experiential based model among wine tourists and wine industry experts in the Republic of Macedonia, <i>Ekonomski Vjesnik</i>, Vol.3, No.1, pp. 137-147 (80% од 5 бода = 4)</li> </ul>	
	<p><b><u>Трудови со оригинални научни/стручни резултати, објавени во зборник на рецензирани научни трудови, презентирани на меѓународни академски собири каде што членовите на програмскиот или научниот одбор се од најмалку 3 земји (5 поени)</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Bogoevska -Gavrilova, I. and Brzovska, E, (2022), “Brand Value Co-Creation in Social Media Context”, International Conference on Business Management and Social Innovation (90% од 5 бода = 4,5)</li> <li>▪ Brzovska, E., Palamidovska Sterjadovska, N., Ozretić Došen Đ. (2020), The Experience Economy Approach -An Empirical Examination in Wine Industry, Proceedings of the 1st international scientific conference Economic and Business Trends Shaping the Future doi:10.47063/EBTSF.2020.0037(80% од 5 бода = 4)</li> <li>▪ Brzovska, E., Debarliev, S., Ozretić Došen, Đ. (2020), Brand representation and symbolism understanding –perceived differences among young consumers, of the European Marketing Academy - 11thEMAC Regional (80% од 5 бода = 4)</li> <li>▪ Brzovska, E., and Kovachevski, D.(2019), Assessing Levels of Brand Recognition by Children Aged 3 to 5Years, 25th Singapore International Conference on Marketing, Economics, Education &amp; Interdisciplinary Studies (90% од 5 бода = 4,5) <a href="https://doi.org/10.17758/EIRAI8.ED1219117">https://doi.org/10.17758/EIRAI8.ED1219117</a></li> <li>▪ Brzovska, E., and Debarliev, S. (2018), Determining Different Activities within Experience Economy Model for Cultural Institution, Graz University of Technology Institute of Business Economics and Industrial Sociology DOI:10.3217/978-3-85125-600-0 (90% од 5 бода = 4,5)</li> </ul>	21.5
	<p><b><u>Трудови објавени во зборник на трудови на в.о. институција (2 поена)</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Брзовска, Е., (2019), „Невромаркетинг и концептот на мултисетилно бренд-искуство”, <i>Годишник на Економски факултет</i> – Економски факултет, Универзитет „Св. Кирил и Методиј“, Скопје 2</li> <li>▪ Брзовска, Е., (2018), „Анализа на ставовите на потрошувачите за картичките за лојалност: анализа на демографските карактеристики на потрошувачите”, <i>Годишник на Економски факултет</i> – Скопје, Економски факултет, Универзитет „Св. Кирил и Методиј“, Скопје 2</li> </ul>	4
	<p><b><u>Рецензија на научен/стручен труд (0,2 поени)</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Рецензија на труд “CUSTOMER PERCEPTIONS OF COMMERCIAL WARRANTY ON DURABLES: AN EMPIRICAL STUDY во <i>Market/Trziste</i>, 2022</li> </ul>	0.8

	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Рецензија на труд APPLICATION OF SOCIAL POWER THEORY TO ELUCIDATE PASSIVE PARENTAL POWER AND CHILD INFLUENCE IN FAMILY PURCHASE DECISIONS –AN EMPIRICAL STUDY ON CONCRETE OPERATIONAL STAGE во <i>Market/Trziste</i>, 2022</li> <li>▪ Рецензија на труд City Brand Love: Modelling and Resident Heterogeneity Analysis, во <i>Journal of product and brand management</i>, 2020</li> <li>▪ Рецензија на труд “CONSUMERS’ PREFERENCES OF DATE SYRUP: A HIDDEN GEM IN THE WORLD’S NATURAL SYRUP MARKET” во <i>Market/Trziste</i>, 2019</li> </ul>	
	<p><b><u>Пленарни предавања на научен/стручен собир (2 поена)</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Предавање за економија на искуство – Generator of Talents-Experience Management, Скопје, мај 2020 - 2</li> <li>▪ Предавање за одржливи брендови – Institute for research in Environment, Civil Engineering and Energy - IECE – DiMenSion, Скопје, октомври 2019 - 2</li> </ul>	4
	<b>Вкупно</b>	<b>74.1</b>

**СТРУЧНО-ПРИМЕНУВАЧКА ДЕЈНОСТ И ДЕЈНОСТ ОД ПОШИРОК ИНТЕРЕС**

Ред. број	Назив на активноста:	Поени
	<p><b><u>Експертски активности: евалуација, стручна ревизија, супервизија, технички извештаи, вешт наод и мислење, стручно мислење, проценка на капитал, систематизација, методологија (1 поен)</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Стручно мислење и член на жири – Creative business cup S. Makedonija 2022 - 1</li> <li>▪ Експерт за евалуација на ЕРАЗМУС-проекти на Националната агенција за европски образовни програми и мобилност во 2021 и 2022 година - 1</li> <li>▪ Стручно мислење и модерирање на вебинар со наслов „Хакирај ја сивата економија во е-трговијата“, Скопје, мај 2021 - 1</li> <li>▪ Стручно мислење при Секторската комисија за економија, право и трговија, 2020- 1</li> <li>▪ Стручно мислење за развој на наставна програма при Центарот за стручно образование и обука, 2019- 1</li> <li>▪ Стручно мислење и член на жири на ФинХакатон 2 - Национална Мој ДДВ#Моја награда при Министерство за финансии, 2019- 1</li> </ul>	6
	<p><b><u>Учество во промотивни активности на Факултетот (0,5 поени)</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Учество во промотивните активности на 1. циклус студии „Отворен инфо ден на Економски факултет – Скопје“ во</li> </ul>	2

	<p>Скопје во 2018/2019, 2019/2020 (2 периода * 0,5 поени= 1 поен)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Учество во промотивните активности на 2. циклус студии „Отворен инфо ден на Економски факултет – Скопје“ во Скопје во 2020/2021 и 2021/2022 (2 периода * 0,5 поени= 1 поен)</li> </ul>	
	<p><b><u>Член на организационен или програмски одбор на меѓународен научен/стручен собир (1 поен)</u></b></p> <p>Член на Програмскиот одбор на Меѓународната научна конференција - 11th EMAC Regional: Challenging the status quo in marketing research, 16 -19 September 2021</p>	1
	<p><b><u>Член на факултетска комисија (0,5 поени)</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Член на Одборот за издавачка дејност на Економскиот факултет во Скопје (0,5 поени)</li> <li>▪ Член на Комисија за внесување на податоци во компјутер за упис на нови студенти во учебната 2018/2019 на Економскиот факултет, Универзитет „Св. Кирил и Методиј“ – Скопје (0,5 поени)</li> <li>▪ Член за Комисија за избор на најдобар дипломски труд (2018 – 2022) (0,5 поени)</li> <li>▪ Член на Комисија за спроведување на Анкета за односот на наставниците и соработниците спрема наставата (2018 – 2022) (0,5 поени)</li> <li>▪ Член на организацискиот одбор на меѓународната конференција MHR018 “Transforming the business for future: Building a modern HR organization” (0,5 поени)</li> <li>▪ Член на Комисија за изработка на елаборат за докторски студии – организациски науки и управување менаџмент (0,5 поени)</li> <li>▪ Член на Одборот за организација на настани – одбележување на јубилејот 70 години Економски факултет – Скопје(0,5 поени)</li> <li>▪ Член на Комисија за организирање на учество на Економскиот факултет во Скопје, во рамки на настанот ХАКАТОН, 2021 (0,5 поени)</li> <li>▪ Член на Надзорниот одбор, на трговското друштво ЕКОНС ДООЕЛ од 2021 (0,5 поени)</li> <li>▪ Претставник во Советот за втор циклус студии на Економскиот факултет во Скопје (2018 – моментално) (0,5 поени)</li> </ul>	5
	<p><b><u>Раководител на постдипломски или докторски студии (2 поени)</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Раководител на студиската програма од втор циклус студии – Маркетинг, Економски факултет – Скопје, од 2020 – моментално</li> </ul>	2
	<b>Вкупно</b>	<b>16</b>

ПРОФЕСИОНАЛНИ РЕФЕРЕНЦИ НА КАНДИДАТОТ ЗА ИЗБОР ВО ЗВАЊЕ	Поени
<b>НАСТАВНО-ОБРАЗОВНА ДЕЈНОСТ</b>	<b>69,63</b>
<b>НАУЧНОИСТРАЖУВАЧКА ДЕЈНОСТ</b>	<b>74,10</b>
<b>СТРУЧНО-УМЕТНИЧКА ДЕЈНОСТ</b>	
<b>СТРУЧНО-АПЛИКАТИВНА ДЕЈНОСТ</b>	<b>16</b>
<b>Вкупно</b>	<b>159,73</b>

**РЕЦЕНЗЕНТСКА КОМИСИЈА**

**Проф. д-р Снежана Ристевска-Јовановска, с.р.**  
**Проф. д-р Анита Циунова-Шулеска, с.р.**  
**Проф. д-р Татјана Петковска-Мирчевска, с.р.**



Бр. 02-371/5  
16.3.2023 година  
Скопје

Примено:	23.03.2023		
Орг. Едини.	Број:	Прилог:	Вредност:
04	499/2		

Врз основа на член 94, став 1, алинеја 43, член 173, став 2 и член 175, став 2 од Законот за високото образование (Службен весник на Република Македонија бр. 82/2018 и Службен весник на Република Северна Македонија бр. 178/2021), Универзитетскиот сенат на 29. седница одржана на 16.3.2023 година, ја донесе следнава

## О Д Л У К А

### потврдување на избор во звањето редовен професор

#### Член 1

Се потврдува изборот во звањето редовен професор на д-р **Ежени Брзовска**, вонреден професор на Универзитетот „Св. Кирил и Методиј“ - Скопје, Економски факултет во Скопје, во наставно - научната област:

- *маркетинг (50325)*.

Редовниот професор го задржува звањето доживотно и заснова работен однос на неопределено време.

#### Член 2

Одлуката стапува во сила со денот на донесувањето, а ќе се објави во Универзитетскиот гласник.

ДН:

- Економски факултет - Скопје
- проф. д-р Ежени Брзовска



Претседател

Проф. д-р Сашо Еленчевски

Генерален секретар: м-р Марија Маневска  
Изработил: Родне Павлова