

РЕФЕРАТ
ЗА ИЗБОР НА НАСТАВНИК ВО СИТЕ НАСТАВНО-НАУЧНИ ЗВАЊА ВО
НАСТАВНО-НАУЧНАТА ОБЛАСТ МАРКЕТИНГ
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 9.2.2024 година, за избор на наставник во сите наставно-научни звања во наставно-научната област маркетинг, по предметот: Маркетинг-истражување и врз основа на Одлуката на Наставно-научниот совет, бр. 02-401/11, донесена на 23.2.2024, формирана е Рецензентска комисија во состав: д-р Снежана Ристевска-Јовановска, редовен професор на Економскиот факултет во Скопје, д-р Нада Секуловска, редовен професор во пензија на Економскиот факултет во Скопје и д-р Ежени Брзовска, редовен професор на Економскиот факултет 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 маркетинг, по предметот: Маркетинг-истражување, во предвидениот рок се пријави само еден кандидат, вонр. проф. д-р Николина Паламидовска-Стерјадовска, вработена на Економски факултет – Скопје од март 2007 година.

1 БИОГРАФСКИ ПОДАТОЦИ И ОБРАЗОВАНИЕ

Кандидатката д-р Николина Паламидовска-Стерјадовска е родена на 10.2.1984, во Битола. Средно образование завршила во Битола со континуиран одличен успех. Со високо образование се стекнала на Економски факултет – Скопје при Универзитетот „Св. Кирил и Методиј“ во Скопје, каде што дипломирала на депарتمانот маркетинг во октомври 2006 година, со просечен успех 9.56. Добитник е на наградата „Франк Манинг“ за најдобар студент на финални студии на Економскиот факултет – Скопје, за академската 2005/2006 година.

Кандидатката активно се служи со англискиот јазик, а го владее и францускиот јазик.

Во учебната 2007/2008 се запишала на втор циклус (магистерски) студии на Економскиот факултет во Скопје. Предвидените испити ги завршила со просечен успех 10, 00 и на 5.5.2011 година го одбрала магистерскиот труд на тема: „Модели за мерење на задоволството на потрошувачите како предуслов за градење долгорочни односи“, со што се стекнала со звањето магистер по економски науки од областа на маркетингот.

Докторска дисертација пријавила во 2011 година на Економскиот факултет – Скопје. Дисертацијата на тема: „Влијание на квалитетот на услугата врз финансиските перформанси на компаниите – емпириско истражување на банкарскиот сектор во Р Македонија“ ја одбрала на 15.11.2013 година, пред Комисија во состав: проф. д-р Нада Секуловска, проф. д-р Снежана Ристевска-Јовановска, проф. д-р Анита Циунова-Шулеска, проф. д-р Митре Стојановски и проф. д-р Весна Буцевска. Со тоа се стекнала со научниот степен доктор на науки од научната област економски науки.

На 31.1.2014 година година е избрана во звањето доцент на Економскиот факултет – Скопје во областа маркетинг, по предметот Маркетинг-истражување (Билтен на УКИМ бр. 1068 од 31.12.2013 година).

Во моментот кандидатката е вонреден професор на Економскиот факултет – Скопје во областа маркетинг, по предметите Маркетинг-истражување и Односи со јавноста. Последниот реферат за избор е објавен во Билтен бр. 1195 од 1.7.2019 година.

Рецензентската комисија ги имаше предвид вкупните научни, стручни, педагошки и други остварувања на кандидатката од почетокот на кариерата, објавени во Билтен бр. 1068 од 31.12.2013 и бр. 1195 од 1.7.2019, како и вкупните научни, стручни, педагошки и други остварувања на кандидатот 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 КАНДИДАТОТ ОД ПОСЛЕДНИОТ ИЗБОР ДО ДЕНОТ НА ПРИЈАВАТА

Наставно-образовна дејност

Во рамките на наставно-образовната дејност на УКИМ, Економски факултет – Скопје, кандидатката д-р Николина Паламидовска-Стерјадовска изведува настава и вежби по предметите Маркетинг-истражување и Односи со јавноста, на прв циклус студии на студиската програма Маркетинг и предавања по предметите Маркетинг-истражување/ Методи на маркетинг-истражување и Аналитика на социјални медиуми на втор циклус студии на студиската програма Маркетинг. Кандидатката е вклучена како координатор на предметот Методи на маркетинг-истражување на докторските студии по Економски науки и на предметот Истражување на пазарот и МИС на докторските студии по Организациски науки и управување (менаџмент). Во изведувањето на наставата, кандидатката користи соодветни наставно-образовни методи, со што успешно ја организира и спроведува наставата. Покрај предавањата, кандидатката секојдневно е ангажирана со консултации со студенти од различно ниво на студии и водење проектни задачи, дипломски трудови и сл. Дополнително, кандидатката е вклучена во подготовка и оценка на испитни прашања и во организација на испити/колоквиуми по соодветните предмети.

Кандидатката д-р Николина Паламидовска-Стерјадовска учествувала во дизајнирање и подготовка на две нови предметни програми на прв циклус студии (Аналитика на социјални медиуми и Современи теми од комуникации) и две нови предметни програми на втор циклус студии (Аналитика на социјални медиуми на втор циклус студии по Маркетинг и Маркетинг и комуникации во јавниот сектор на втор циклус студии по Управување со јавниот сектор) на Економскиот факултет – Скопје, Универзитет „Св. Кирил и Методиј“ во Скопје.

Кандидатката д-р Николина Паламидовска-Стерјадовска била ментор на 35 дипломски труда. Учествувала како член во комисија за оценка/одбрана на 132 дипломски труда и 14 магистерски труда.

Д-р Николина Паламидовска-Стерјадовска била рецензент на учебникот „Управување со иновации и производ“, од проф. д-р Ежени Брзовска, Универзитет „Св. Кирили и Методиј“ во Скопје, Економски факултет – Скопје, 2022.

Кандидатката е автор на рецензиран учебник под наслов: **Маркетинг-истражување**, Универзитет „Св. Кирил и Методиј“ во Скопје, Економски факултет – Скопје, јануари 2024 (ISBN 978-608-212-096-6).

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

Научноистражувачка дејност

Д-р Николина Паламидовска-Стерјадовска има објавено вкупно 18 научни трудови од областа маркетинг, од кои седум научни труда во научни списанија со импакт-фактор (фактор на влијание) индексирани во Web of Science, еден научен труд во научно списание со импакт-фактор (фактор на влијание) индексирани во Scopus и Ebsco; два труда во меѓународни научни списанија кои немаат импакт-фактор (фактор на влијание), а се индексирани во Web of Science; еден труд во меѓународно научно списание и дел од книга рецензирана и објавена во земја членка на ЕУ и/или ОЕЦД; шест труда објавени во зборници на трудови од научни собири со меѓународен уредувачки одбор и четири апстракти објавени во зборници од конференции.

Д-р Николина Паламидовска-Стерјадовска учествувала во два меѓународни научни проекта и во два национални научни проекта.

Кандидатката била ментор на два магистерски труда.

Кандидатката рецензирала 23 научни трудови во реномирани меѓународни научни списанија и на меѓународни научни собири.

Други активности кои припаѓаат во научноистражувачката дејност, релевантни за изборот. Називите на трудовите, проектите и сл. се наведуваат во табелата во Анекс 2 (член 3/член 4) од Правилникот за избор, со датуми и други релевантни податоци.

Стручно-апликативна дејност и дејност од поширок интерес

Д-р Николина Паламидовска-Стерјадовска активно е вклучена во стручно-апликативната работа на Економскиот факултет во Скопје и во други дејности од поширок интерес.

Кандидатката активно е вклучена во работата на бројни комисии на Економскиот факултет во Скопје (Комисија за спроведување уписи на студентите на прв циклус студии на Економски факултет – Скопје; Комисија за спроведување на постапките за јавни набавки на Економски факултет – Скопје; Комисија за спроведување Анкета за односот на наставниците и соработниците спрема наставата; Комисија за подготовка и реализација на GAP-анализа за AACSB-акредитација, стандард 8; Комисија за избор на декан и др.), а учествувала и во промотивните активности на Факултетот, на прв и втор циклус студии. Кандидатката била и секретар на Катедрата за маркетинг од ноември 2019 до ноември 2022 год.), а од 2021 год. е секретар на Колегиумот на студиската програма Маркетинг на втор циклус студии.

Д-р Николина Паламидовска-Стерјадовска била член на две рецензентски комисии за избор на лица во наставно-научно звање.

Д-р Николина Паламидовска-Стерјадовска стручно усовршување во странство остварила со студиски престој во Осло, Норвешка на Norwegian School of Business, каде што соработувала со проф. д-р Матилда Доротик и со проф. д-р Магдалена Ивановска.

Кандидатката била член на организацискиот одбор на International Scientific Conference "Economic and Business Trends Shaping the Future – EBTSF во периодот од 2020 до 2023 година, а во моментот е претседател на организацискиот одбор на оваа конференција.

Д-р Николина Паламидовска-Стерјадовска е заменик-уредник на меѓународното научно списание Economy Business & Development: An International Journal (EB&D) и на меѓународното научно списание VISION: The Journal of Business Perspective, Sage Journals, како и член на уредувачки одбор на меѓународното списание SN Business & Economics, Springer Nature.

Во изборниот период, д-р Николина Паламидовска-Стерјадовска учествувала во изготвување и пријавување на еден национален и три меѓународни научни проекти.

Кандидатката е избрана за најдобар научник во научното подрачје општествени науки за 2019 година, Универзитет „Св. Кирил и Методиј“ во Скопје, ноември 2020 година.

Други активности од Анекс 1 кои припаѓаат во стручно-апликативната дејност и дејноста од поширок интерес, релевантни за изборот. Конкретните активности се наведуваат во табелата во Анекс 2 (член 5) од Правилникот за избор, со датуми и други релевантни податоци.

Оценка од самоевалуација

Кандидатката д-р Николина Паламидовска-Стерјадовска, во периодот од последниот избор во звањето вонреден професор до денес, континуирано добива позитивна оценка од анонимно спроведената анкета на студентите на Економскиот факултет во Скопје, по предметите Маркетинг-истражување и Односи со јавноста, повисока од 9,4. Ова е уште една потврда за нејзиниот квалитет и професионализам во извршувањето на наставно-образовните активности.

ЗАКЛУЧОК И ПРЕДЛОГ

Врз основа на целокупната доставена документација и личното познавање на кандидатката, Рецензентската комисија позитивно ја вреднува и ја оценува наставно-образовната, научноистражувачката и стручно-апликативната дејност, како и дејноста од поширок интерес на д-р Николина Паламидовска-Стерјадовска.

Врз основа на изнесените податоци за севкупната активност на кандидатката (вкупно пресметани 254,38 поени, од кои во наставно-образовната дејност – 88,1 поен, во научноистражувачката дејност – 131,28 поени и во стручно-апликативната дејност и дејноста од поширок интерес – 35,0 поени) од последниот избор до денес, Комисијата заклучи дека д-р Николина Паламидовска-Стерјадовска 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 предметот Маркетинг-истражување.

РЕЦЕНЗЕНТСКА КОМИСИЈА

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

Проф. д-р Нада Секуловска, с.р.

Проф. д-р Ежени Брзовска, с.р.

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

Кандидат: **Николина Владо Паламидовска-Стерјадовска**
Институција: **Универзитет „Св. Кирил и Методиј“ во Скопје, 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: 9,56 Просечниот успех на втор циклус изнесува: 10,00 Просечниот успех изнесува 9,78 за интегрираните студии.	ДА
2	Научен степен – доктор на науки од научната област за која се избира Назив на научната област: маркетинг (50325), Поле: економски науки (503) Подрачје: општествени науки (5).	ДА
3	Објавени најмалку шест рецензирани 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: Spanish Journal of Marketing - ESIC 2. Назив на електронската база на списанија: Scopus, Ebsco 3. Наслов на трудот: „Why do customers value m-banking apps? A stimulus-organism-response perspective?“ 4. Година на објава: 2024	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: Eastern European Economics 2. Назив на електронската база на списанија: Web of Science	ДА

	<p>3. Наслов на трудот: „Understanding Monetary Policy Communication in a Small and Open Economy Under an Exchange Rate Anchor: The Case of North Macedonia“</p> <p>4. Година на објава: 2024</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: Journal of Business Research</p> <p>2. Назив на електронската база на списанија: Web of Science</p> <p>3. Наслов на трудот: „What drives m-banking clients to continue using m-banking services?“</p> <p>4. Година на објава: 2022</p>	ДА
3.4	<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: Marketing Intelligence and Planning</p> <p>2. Назив на електронската база на списанија: Web of Science, Scopus</p> <p>3. Наслов на трудот: „What drives liking different brand-related social media content?“</p> <p>4. Година на објава: 2022</p>	ДА
3.5	<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: Marketing Intelligence and Planning</p> <p>2. Назив на електронската база на списанија: Web of Science, Scopus</p> <p>3. Наслов на трудот: „Brand orientation, brand-building behavior, and brand identity in SMEs: An empirical evaluation“</p> <p>4. Година на објава: 2020</p>	ДА
3.6	<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: Eurasian Business Review</p> <p>2. Назив на електронската база на списанија: Web of Science</p> <p>3. Наслов на трудот: „Model of satisfaction involving affect and personality traits“</p> <p>4. Година на објава: 2019</p>	ДА

4.	Објавен рецензиран учебник, монографија, практикум или збирка задачи од научната област за која се избира 1. Наслов на учебникот: <u>Маркетинг-истражување</u> 2. Место и година на објава: <u>Скопје, јануари 2024</u>	ДА
5.	Претходен избор во наставно-научно звање – вонреден професор, датум и број на Билтен: 1.7.2019, Универзитетски билтен бр. 1195	ДА
6.	Има способност за изведување на високообразовна дејност	ДА

РЕЦЕНЗЕНТСКА КОМИСИЈА

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

Проф. д-р Нада Секуловска, с.р.

Проф. д-р Ежени Брзовска, с.р.

ОБРАЗЕЦ 2
КОН ИЗВЕШТАЈОТ ЗА ИЗБОР ВО НАСТАВНО-НАУЧНО, НАУЧНО И
НАСТАВНО-СТРУЧНО ЗВАЊЕ

Кандидат: **Николина, Владо Паламидовска-Стерјадовска**
Институција: **Универзитет „Св. Кирил и Методиј“ во Скопје, Економски факултет – Скопје**
Научна област: **маркетинг**

НАСТАВНО-ОБРАЗОВНА ДЕЈНОСТ

Ред. број	Назив на активност:	Поени
1.	<p>Одржување на настава (неделен број на часови * бр. на работни недели во семестар * бодување * години на изведување на настава); (бодување: 0,04 за прв циклус; 0,05 за втор циклус)</p> <p>Прв циклус студии (24) <u>2019/2020</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Маркетинг-истражување (4*15*0,04=2.4) ▪ Односи со јавноста (4*15*0,04=2.4) <p><u>2020/2021</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Маркетинг-истражување (4*15*0,04=2.4) ▪ Односи со јавноста (4*15*0,04=2.4) <p><u>2021/2022</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Маркетинг-истражување (4*15*0,04=2.4) ▪ Односи со јавноста (4*15*0,04=2.4) <p><u>2022/2023</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Маркетинг-истражување (4*15*0,04=2.4) ▪ Односи со јавноста (4*15*0,04=2.4) <p><u>2023/2024</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Маркетинг-истражување (4*15*0,04=2.4) ▪ Маркетинг менаџмент (4*15*0,04=2.4) <p>Втор циклус студии (14) <u>2019/2020</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Маркетинг-истражување (40*0,05=2) <p><u>2020/2021</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Маркетинг-истражување (40*0,05=2) <p><u>2021/2022</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Маркетинг-истражување (40*0,05=2) <p><u>2022/2023</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Маркетинг-истражување (40*0,05=2) ▪ Аналитика на социјални медиуми (40*0,05=2) <p><u>2023/2024</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Методи на маркетинг-истражување (40*0,05=2) ▪ Маркетинг-менаџмент (40*0,05=2) 	38,0
2.	<p>Настава во школи и работилници (раководител 1,5 - учесник 1 поен)</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Одржано предавање на Недела на наука на УКИМ, Универзитетско студентско собрание – УКИМ (онлајн работилница), декември 2020 г. 	1,0
3.	<p>Одржување на вежби (неделен број на часови * бр. на работни недели во семестар * бодување * години на изведување на вежби); (бодување:0,03)</p>	9,0

	<p><u>2019/2020</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Маркетинг-истражување ($4*15*0,03=1.8$) ▪ Односи со јавноста ($4*15*0,03=1.8$) <p><u>2020/2021</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Маркетинг-истражување ($4*15*0,03=1.8$) ▪ Односи со јавноста ($4*15*0,03=1.8$) <p><u>2021/2022</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Маркетинг-истражување ($4*15*0,03=1.8$) ▪ Односи со јавноста ($4*15*0,03=1.8$) <p><u>2022/2023</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Маркетинг-истражување ($4*15*0,03=1.8$) ▪ Односи со јавноста ($4*15*0,03=1.8$) <p><u>2023/2024</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Маркетинг-истражување ($4*15*0,03=1.8$) 	
4.	<p>Подготовка на нов предмет (предавања 1; вежби 0,5)</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Аналитика на социјални медиуми на прв циклус студии по маркетинг на Универзитетот „Св. Кирил и Методиј“ во Скопје, Економски факултет – Скопје. (предавања 1; вежби 0,5) ▪ Современи теми од комуникации на прв циклус студии по маркетинг на Универзитетот „Св. Кирил и Методиј“ во Скопје, Економски факултет – Скопје. (предавања 1; вежби 0,5) ▪ Аналитика на социјални медиуми на втор циклус студии по маркетинг на Универзитетот „Св. Кирил и Методиј“ во Скопје, Економски факултет – Скопје. (предавања 1) ▪ Маркетинг и комуникации во јавниот сектор на втор циклус студии по управување со јавниот сектор на Универзитетот „Св. Кирил и Методиј“ во Скопје, Економски факултет – Скопје. (предавања 1) 	
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ предавања ($4*1,0$) 	4,0
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ вежби ($2*0,5$) 	1,0
5.	<p>Консултации со студенти Прв циклус (1,16) (број на студенти*бодување); (бодување: 0,002)</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Маркетинг-истражување (0,672): ($91*0,002=0,182$) (2019/2020 г.); ($81*0,002=0,162$) (2020/2021г.); ($56*0,002=0,112$) (2021/2022 г.); ($60*0,002=0,12$) (2022/2023г.); ($48*0,002=0,096$) (2023/2024 г.) ▪ Односи со јавноста (0,342): ($75*0,002=0,15$) (2019/2020г.); ($38*0,002=0,076$) (2020/2021г.); ($33*0,002=0,066$) (2021/2022 г.); ($25*0,002=0,05$) (2022/2023 г.) ▪ Маркетинг-менаџмент (0,142): ($71*0,002=0,142$) (2023/2024 г.) <p>Втор циклус (0,044)</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Маркетинг-истражување (0,03): ($1*0,002=0,002$) (2019/2020г.); ($4*0,002=0,008$) (2020/2021г.); ($2*0,002=0,004$) (2021/2022 г.); ($4*0,002=0,008$) (2022/2023г.); ($4*0,002=0,008$) (2023/2024г.) ▪ Аналитика на социјални медиуми (0,004): ($2*0,002$) (2022/2023) ▪ Маркетинг -менаџмент (0,01): ($5*0,002=0,01$) (2023/2024г.) <p>Трет циклус (0,01)</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Методи на маркетинг-истражување: ($1*0,002=0,002$) (2021/2022г.) 	1,2

	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Методи на маркетинг-истражување (3*0,002=0,006) (2023/2024) ▪ Истражување на пазарот и МИС (2022/2023) (1*0,002=0,002) 	
6.	Ментор на дипломска работа (број на менторства * бодување); (бодување: 0,2) <ul style="list-style-type: none"> ▪ (35* 0,2 = 7) 	7,0
7.	Член на комисија за оцена или одбрана на магистерска (број на комисији * бодување); (бодување:0,3) <ul style="list-style-type: none"> ▪ (14*0,3 = 4,2) 	4,2
8.	Член на комисија за оцена или одбрана на дипломска работа (број на комисији * бодување); (бодување: 0,1) <ul style="list-style-type: none"> ▪ (132*0,1 = 13,2) 	13,2
9.	Позитивно рецензиран универзитетски учебник (бодување: автор 8, коавтор 6) <ul style="list-style-type: none"> ▪ Маркетинг-истражување, Економски факултет – Скопје, Универзитет „Св. Кирил и Методиј“ во Скопје, јануари 2024 (автор) ISBN 978-608-212-096-6 	8,0
10.	Пакет материјали за одреден предмет (број на пакет материјали * бодување) (бодување: 1) <ul style="list-style-type: none"> ▪ Односи со јавноста 	1,0
11.	Рецензент на универзитетски учебник (бодување: 1) <ul style="list-style-type: none"> ▪ Рецензент на учебникот „Управување со иновации и производ“, прво издание, од авторот проф. д-р Ежени Брзовска, Универзитет „Св. Кирил и Методиј“ во Скопје, Економски факултет – Скопје, 2022 (Одлука бр. 02-1091/5 од 17.6.2022 г.) 	1,0
	Вкупно	88,6

НАУЧНО-ИСТРАЖУВАЧКА ДЕЈНОСТ

Ред. Број	Назив на активност:	Поени
1.	Ментор на магистерска работа (2 поени) <ul style="list-style-type: none"> ▪ Ментор на магистерска работа (2 кандидата) 	4,0
2.	Учесник во национален научен проект (3 поени) <ul style="list-style-type: none"> ▪ Проект „Новата нормалност во постковид периодот во две области: ревизорската професија и економијата на искуства“, 2023, Економски факултет – Скопје, УКИМ (УКИМ (Одлука бр. 02-610/6 од 2.4.2021) ▪ Истражувачки проект во соработка со Народна банка на Република Северна Македонија „Анализа на степенот на разбирливост на комуникацијата (readability), на Народната банка со јавноста“ (Договор бр. 02-22120/1 од 10.9.2020 г.) 	6,0
3.	Учесник во меѓународен научен проект (5 поени) <ul style="list-style-type: none"> ▪ Учесник во меѓународен проект: COST Action CA21129: What are Opinions? Integrating Theory and Methods for Automatically Analyzing Opinionated Communication (OPINION) (https://www.cost.eu/actions/CA21129/) ▪ Учесник во меѓународен проект: COST Action CA21166 Social Sciences and Humanities for Transformation and Climate Resilience (SHiFT) https://www.cost.eu/actions/CA21166/ 	10,0
4.	Труд со оригинални научни резултати, објавен во научно списание кое нема импакт-фактор за годината во која е објавен трудот, 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,	7,0

	<p>Journal Citation Report, SCImago Journal Rank, MathSciNet (Mathematical Reviews), Zentralblatt fur Mathematik и Реферативный журнал „Математика“ или друга база на списанија која ќе ја утврди Националниот совет за високо образование (5 поени)¹</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Parker, K. A., Hester, E. B., Geegan, S. A., Ciunova-Shuleska, A., Palamidovska-Sterjadovska, N., & Ivanov, B. (2022), „Reflections on emigration aspirations from young, educated people in small Balkan countries: A qualitative analysis of reasons to leave or stay in North Macedonia“, <i>Central and Eastern European Migration Review</i>, Vol. 11 No. 1, pp. 65-84. https://doi.org/10.54667/ceemr.2022.07 (5*0,6=3,0) ▪ Levkov, N. and Palamidovska-Sterjadovska, N. (2019), „Corporate social responsibility communication in Western Balkans banking industry: a comparative study“, <i>Management Research and Practice</i>, Vol. 11 No. 3, pp.18-30. (5*0,8=4,0) 	
<p>5.</p>	<p>Труд со оригинални научни резултати објавен во научно списание кое има импакт-фактор за годината во која е објавен трудот, 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 (8 поени + И.Ф.)¹</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Palamidovska-Sterjadovska, N., Prodanova, J. and Ciunova-Shuleska, A. (2024), „Why do customers value m-banking apps? A stimulus-organism-response perspective“, <i>Spanish Journal of Marketing - ESIC</i>, Vol. ahead-of-print No. ahead-of-print. https://doi.org/10.1108/SJME-01-2023-0024 (8*0,8=6,4) ▪ Ciunova-Shuleska, A., Palamidovska-Sterjadovska, N., Bogoevska-Gavrilova, I. and Mihajlov, M. (15 Jan 2024), „To comment or not? The role of brand-related content type on social media“, <i>Economic Research-Ekonomska Istraživanja</i>, https://doi.org/10.1080/1331677X.2024.2308876 (8+2,982)*0,6=6,59 ▪ Ciunova-Shuleska, A., Palamidovska-Sterjadovska, N., Jakimova, T. & Trenovski, B. (19 Jan 2024), „Understanding monetary policy communication in a small and open economy under an exchange rate anchor: The case of North Macedonia“, <i>Eastern European Economics</i>, DOI: 10.1080/00128775.2024.2304212 (8+1,1)*0,6=5,46 ▪ Rasul, T., Nair, S., Palamidovska-Sterjadovska, N., Junior Ladeira, W., De Oliveira Santini, F., & Elgammal, I. (Accepted/In press), „The evolution of customer engagement in the digital era for business: A review and future research agenda“, <i>Journal of Global Scholars of Marketing Science: Bridging Asia and the World</i>. https://doi.org/10.1080/21639159.2023.2275798 (8+1,6)*0,6=5,76 ▪ Ciunova-Shuleska, A., Palamidovska-Sterjadovska, N. and Bogoevska-Gavrilova, I. (2022), „What drives liking 	<p>65,18</p>

¹ Во случај кога еден научен/стручен, односно апликативен труд има повеќе автори, кога се два автора – секој добива по 90 % од бодовите, кога се три автори - секој добива по 80 % од бодовите, кога се четири и повеќе – секој добива по 60 % од бодовите.

	<p>different brand-related social media content?“, <i>Marketing Intelligence & Planning</i>, Vol. 40 No. 4, pp. 542-556. https://doi.org/10.1108/MIP-08-2021-0277 (8+4,4)*0,8=9,92</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Ciunova-Shuleska, A., Palamidovska-Sterjadovska, N., & Prodanova, J. (2022), „What drives m-banking clients to continue using m-banking services?“, <i>Journal of Business Research</i>, 139, 731-739. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.10.024 (8+11,3)*0,8=15,44 ▪ Osakwe, C., Palamidovska-Sterjadovska, N., Mihajlov, M. and Ciunova-Shuleska, A. (2020), „Brand orientation, brand-building behavior, and brand identity in SMEs: An empirical evaluation“, <i>Marketing Intelligence and Planning</i>, Vol. 38 No. 7, pp. 813-828. https://doi.org/10.1108/MIP-07-2019-0370 (8+2,164)*0,6=6,09 ▪ Ciunova-Shuleska, A. and Palamidovska-Sterjadovska, N. (2019), „Model of satisfaction involving affect and personality traits“, <i>Eurasian Business Review</i>, Vol. 9 No. 4, pp. 485-500. https://doi.org/10.1007/s40821-019-00130-z (8+2,574)*0,9=9,52 	
6.	<p>Труд со оригинални научни резултати, објавен во научно списание во кое трудовите што се објавуваат подлежат на рецензија и кое има меѓународен уредувачки одбор во кој учествуваат членови од најмалку три земји, при што бројот на членови од една земја не може да надминува две третини од вкупниот број на членови¹ (5 поени)</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Ciunova-Shuleska, A., Palamidovska-Sterjadovska, N. and Bogoevska-Gavrilova, I. (2022), „The role of social capital in contributing to lifestyle brand-related content on social media“, <i>Economy, Business and Development: An International Journal</i>, Vol. 3 No. 1, pp. 29-43. https://doi.org/10.47063/ebd.00009 (5*0,8=4) 	4,0
7.	<p>Труд со оригинални научни/стручни резултати, објавен во зборник на трудови од научен/стручен собир со меѓународен уредувачки одбор (бодување: 5)</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Brzovska, E., Ristevska-Jovanovska, S., Palamidovska-Sterjadovska, N. & Bogoevska-Gavrilova, I. (2023), „Memorable experiences: Building loyal visitors to cultural institutions“, <i>XIV Skup Privrednika i Naucnika, SPIN '23 Digitalni Zeleni Razvoj Privrede</i>, 6-7 November 2023, Belgrade, Serbia. (5*0,6=3) ▪ Ciunova-Shuleska, A., Palamidovska-Sterjadovska, N., Cvetkoska, V., & Bogoevska-Gavrilova, I. (2022), „Ten Years of Customer Engagement Research in Tourism and Hospitality: A Bibliometric Analysis“. In <i>Central European Conference on Information and Intelligent Systems</i> (pp. 33-40). Faculty of Organization and Informatics, Varazdin, Croatia. (5*0,6=3) ▪ Cvetkoska, V., Palamidovska-Sterjadovska, N., Ciunova-Shuleska, A., & Bogoevska-Gavrilova (2022), „Mapping the Structure of Customer Engagement: Fifteen Years of Research“, <i>3rd International Scientific Conference "Economic and Business Trends Shaping the Future - EBTSF 2022</i>, November 2022, Skopje, North Macedonia, pp. 303-315. http://doi.org/10.47063/EBTSF.2022.0029 (5*0,6=3) ▪ Palamidovska-Sterjadovska, N., Levkov, N., Ciunova-Shuleska, A. (2020), „Service quality, customer satisfaction and loyalty: An empirical analysis of the Macedonian retail banking 	21,5

	<p>sector“, <i>33rd EBES Conference Proceedings</i>, October 2020, pp. 1180-1195. (5*0,8=4)</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Palamidovska-Sterjadovska, N. and Ciunova-Shuleska, A., (2020), „Incentives for social media users’ engagement to different brand-related content types“, <i>1st International Scientific Conference Economic and Business Trends Shaping the Future - EBTSF 2020</i>, November 2020, Skopje, North Macedonia, pp. 438-449. (5*0,9=4,5) ▪ Brzovska, E., Palamidovska-Sterjadovska, N. and Ozretić Došen, Đ. (2020), „The experience economy approach - an empirical examination in wine industry“, <i>1st International Scientific Conference Economic and Business Trends Shaping the Future – EBTSF 2020</i>, November 2020, Skopje, North Macedonia, pp. 427-437. (5*0,8=4) 	
8.	<p>Апстракт објавен во зборник на конференција (меѓународна 1 поен)</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Santa, M., Ciunova-Shuleska, A., & Palamidovska-Sterjadovska, N. (2023). Social exchange in community-based peer-2-peer ridesharing: A qualitative approach, <i>4th International Scientific Conference Economic and Business Trends Shaping the Future</i>, Faculty of Economics-Skopje, November 2023, pp. 72-75. (1*0,8=0,8) ▪ Parker, K. A., Hester, E., Geegan, S. A., Ciunova-Shuleska, A., Palamidovska-Sterjadovska, N., & Ivanov, B. (2021). <i>The declining population crisis among young educated people in North Macedonia: A qualitative analysis of reasons to leave or stay</i>. National Communication Association, Seattle, WA. (1*0,6=0,6) ▪ Ciunova-Shuleska, A., Palamidovska-Sterjadovska, N. and Bogoevska-Gavrilova, I. (2021), „Does social capital focus determine users’ intentions to like, comment and share lifestyle brand-related content on social media?“, <i>2nd International Scientific Conference Economic and Business Trends Shaping the Future – EBTSF 2021</i>, November 2021, Skopje, North Macedonia, pp. 112 (1*0,8=0,8) ▪ Ciunova-Shuleska, A., Palamidovska-Sterjadovska, N. and Prodanova, J. (2020), „What drives m-banking clients to continue using m-banking services?“ <i>2020 EMAC Regional Conference</i>, 16-19.9.2020, Zagreb. (1*0,8=0,8) 	3,0
9.	<p>Книга или дел од книга рецензирана и објавена во земја членка на Европската Унија и/или ОЕЦД (бодување: автор: 8 бода; коавтор: 6 бода)</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Palamidovska-Sterjadovska, N., Levkov, N. and Ciunova-Shuleska, A., (2021), „Linking banking service quality to customer loyalty: two levels perspective“, In Bilgin, M.H., Danis, H., Demir, E. and Karabulut, G. (Eds.), <i>Eurasian Studies in Business and Economics</i>, Springer Cham, pp. 193-211. https://www.springer.com/gp/book/9783030853037 	6,0
10.	<p>Рецензија на научен/стручен труд (бодување: 0,2)</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ SN Business & Economics 2023 (3 труда * 0,2=0,6) https://link.springer.com/journal/43546 ▪ Marketing Intelligence and Planning 2023 (0,2) https://www.emeraldgroupublishing.com/journal/mip ▪ International Journal of Bank Marketing 2023 (0,2) https://www.emeraldgroupublishing.com/journal/ijbm ▪ Market:Trziste 2022 https://www.efzg.unizg.hr/market (0,2) 	4,6

	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Годишник на Економски факултет – Скопје, УКИМ 2023 (0,2) ▪ SN Business & Economics (2022) (0,2) https://link.springer.com/journal/43546 ▪ International Marketing Trends Conference 2022 (0,2) https://www.marketing-trends-congress.com/ ▪ Годишник на Економски факултет – Скопје, УКИМ 2022 (0,2) ▪ Southeast European Review of Business and Economics (SERBE) 2021 (0,2) https://journal.efsa.unsa.ba/index.php/see ▪ Marketing Intelligence and Planning 2022 (0,2) https://www.emeraldgrouppublishing.com/journal/mip ▪ SN Business & Economics 2022 (2 труда*0,2=0,4) ▪ 3rd International Scientific Conference "Economic and Business Trends Shaping the Future 2022 (0,2) ▪ SN Business and Economics 2021 (2 труда*0,2=0,4) https://link.springer.com/journal/43546 ▪ Market, Trziste 2020 (0,2) https://www.efzg.unizg.hr/market ▪ SN Business and Economics 2020 (0,2) ▪ 2nd International Scientific Conference "Economic and Business Trends Shaping the Future 2021 (0,2) ▪ Годишник на Економски факултет – Скопје 2021 (0,2) ▪ Годишник на Економски факултет – Скопје 2020 (0,2) ▪ Годишник на Економски Факултет – Скопје 2019 (0,2) 	
	Вкупно	131,28

СТРУЧНО-ПРИМЕНУВАЧКА ДЕЈНОСТ И ДЕЈНОСТ ОД ПОШИРОК ИНТЕРЕС

Ред. број	Назив на активност:	Поени
1.	<p>Учество во промотивни активности на факултетот/институтот (0,5 поени)</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Учество во промотивни активности на отворен информативен ден за промоција на прв циклус студии 2019/2020; 2020/2021; 2021/2022 година (3*0,5=1,5) ▪ Учество во промотивни активности на втор циклус студии „Отворен ден на Економски факултет – Скопје“, Скопје, 2023/2024, 2022/2023, 2022/2021, (3*0,5=1,5) 	3,0
2.	<p>Студиски престој во странство (до три месеци 0,5 поени)</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Norwegian School of Business, Oslo, Norway (16-26 ноември 2022) 	0,5
3.	<p>Изготвување и пријавување на научен/образовен национален проект (носител 1, соработник 0,5)</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Соработник во изготвување и пријавување на научен национален проект: „Новата нормалност во постковид периодот во две области: ревизорската професија и економијата на искуства“, Економски факултет – Скопје, УКИМ (Одлука бр. 02-610/6 од 2.4.2021 г.) 	0,5
4.	<p>Изготвување и пријавување на научен/образовен меѓународен проект – (носител 2, соработник 1)</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Соработник во изготвување и пријавување на меѓународен научен проект: Cross-national expert survey on public opinion, PROJECT grant (call by the Jagiellonian University, Krakow, Poland, 2023 (1) 	4,0

	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Носител во изготвување и пријавување на меѓународен научен проект: EIT xKIC Circular Economy Consumer Engagement Labs in Western Balkans EIT Food (application for subcontractor), 2021 (2) ▪ Соработник во изготвување и пријавување на меѓународен научен проект: Readability, topic and tone analysis of public health communication during COVID-19 pandemic: comparison between France and North Macedonia, 2021 (Solidarity Funds for Innovative Projects, civil societies, Francophonie and human development, The Ministry for Europe and Foreign Affairs, France) (1) 	
<p>5.</p>	<p>Член на факултетска комисија (0,5 поени – се однесуваат за еден мандатен период)</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Член на Комисија која ќе ги спроведе уписите за запишување на студентите на прв циклус студии на Економскиот факултет – Скопје, 2023/2024; 2022/2023; 2021/2022 (Одлука бр. 02-795/5 од 3.5.2023; Одлука бр. 02-671/4 од 3.5.2022 и Одлука бр. 02-741/6 од 7.5.2021 г.) (3*0,5=1,5) ▪ Член на Комисија за избор на најдобар стручен труд од студентите на натпреварот за изработка на најдобар стручен труд (Решение бр. 02-122/2 од 10.2.2023) (0,5) ▪ Рецензентска комисија за избор на демонстратор на Катедрата за маркетинг во учебната 2023/2024 година (Одлука бр. 02-1560/12 од 11.9.2023 г.) (0,5) ▪ Заменик-член на Комисија која ќе ги спроведува постапките за јавни набавки на Економскиот факултет – Скопје (Одлука бр. 02-2272/11 од 13.11.2019 и Одлука бр. 02-1873/12 од 27.10.2023 г.) (2*0,5=1) ▪ Член на Комисија за спроведување Анкета за односот на наставниците и соработниците спрема наставата (Одлука бр. 02-1808/6 од 31.10.2022) (0,5) ▪ Член на Поткомисија за самоевалуација на студиските програми на прв циклус студии на Економскиот факултет – Скопје (Одлука бр. 02-1545/9 од 6.10.2022) (0,5) ▪ Член на Комисија за подготовка и реализација на GAP анализа, како активност во рамки на процесот за стекнување на Универзитетот „Св. Кирил и Методиј“ во Скопје, Економски факултет – Скопје со AACSB-акредитација (стандард 8: Intellectual Contribution) (Одлука бр. 02-2282/9 од 26.12.2022 г.) (0,5) ▪ Член на Комисија за избор на декан (Одлука бр. 02-84/3 од 28.01.2022) (0,5) ▪ Секретар на Катедрата за маркетинг (25.11.2019-24.11.2022) (Решение бр. 04-2522/3 од 11.12.2019) (0,5) ▪ Рецензентска комисија за избор на соработник, во соработничко звање асистент, во научната област: маркетинг (Одлука бр. 02-1334/13 од 9.9.2022 г.) (0,5) ▪ Секретар на Колегиумот на студиска програма Маркетинг на втор циклус студии (Решение 04-1172/2 од 23.6.2021 г.) (0,5) ▪ Член на избирачки одбор за спроведување на изборите за претседател и членови на Факултетско студентско собрание на Економскиот факултет – Скопје (2020) (0,5) ▪ Член на Комисија која ќе подготви предлог акт со кој ќе се уреди начинот, условите и роковите за континуирано и завршното оценување на студентите на прв и втор циклус студии на 	<p>11,0</p>

	<p>Економски факултет – Скопје (Одлука бр. 02-218/14 од 7.2.2020) (0,5)</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Рецензентска комисија за избор на соработник, во соработничко звање асистент, во научната област: маркетинг (Одлука бр. 02-2179/5 од 31.10.2019 г.). (0,5) ▪ Член на Комисија за оценка на поднесен предлог-докторски проект за изработка на докторски труд на студиската програма Економски науки (Одлука бр. 02-1076/3 од 14.6.2022) (0,5) ▪ Член на Комисија за валоризација на кредити за докторски семинар, т.е. рецензија на труд на студиската програма Економски науки (Одлука бр. 02-1077/3 од 14.6.2022 г.) (0,5) ▪ Член на Комисија за валоризација на кредити за докторски семинар, т.е. рецензија на труд на студиската програма Економски науки (Одлука бр. 02-1177/3 од 13.6.2023 г.) (0,5) ▪ Член на Комисијата за оценка на предлог-докторски проект за изработка на докторски труд на студиската програма Економски науки. (Одлука бр. 02-528/3 од 23.3.2021 г.) (0,5) ▪ Член на Комисија за валоризација на кредити за докторски семинар на студиската програма Економски науки (Одлука бр. 02-789/3 од 28.4.2020 г.) (0,5) 	
6.	<p>Уредник на меѓународно научно/стручно списание (3 поени)</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Заменик-уредник на меѓународното научно списание Economy Business & Development: An International Journal (EB&D) https://journals.ukim.mk/index.php/ebd/journal_management_team ▪ Заменик-уредник на меѓународното научно списание VISION: The Journal of Business Perspective, Sage Journals https://journals.sagepub.com/editorial-board/VIS 	6,0
7.	<p>Член на уредувачки одбор на меѓународно научно/стручно списание (1 поен)</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ SN Business & Economics, Springer Nature https://link.springer.com/journal/43546/editors 	1,0
8.	<p>Претседател на организационен или програмски одбор на меѓународен научен/стручен собир (2 поени)</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Претседател на организациски одбор на <i>International Scientific Conference "Economic and Business Trends Shaping the Future – EBTSF</i> (Одлука бр. 02-2340/6 од 26.12.2023 г.) 	2,0
9.	<p>Член на организационен или програмски одбор на меѓународен научен/ стручен собир (1 поен)</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Член на организациски одбор на <i>International Scientific Conference "Economic and Business Trends Shaping the Future – EBTSF</i> (Одлука бр. 02-396/12 од 1.3.2023; Одлука бр. 02-439/8 од 29.3.2022; Одлука бр. 02-373/11 од 3.3.2021 и Одлука бр. 02-110/8 од 3.6.2019 г.) (4*1=4 поени) 	4,0
10.	<p>Награда за научни постигнувања (самостоен учесник = 3 поени)</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Награда за најдобар научник во научното подрачје општествени науки за 2019 година, Универзитет „Св. Кирил и Методиј“ во Скопје, ноември 2020 година (Одлука бр. 09-793/11 од 9.11.2020 г.) 	3,0
	Вкупно	35,0

ПРОФЕСИОНАЛНИ РЕФЕРЕНЦИ НА КАНДИДАТОТ ЗА ИЗБОР ВО ЗВАЊЕ	Поени
НАСТАВНО-ОБРАЗОВНА ДЕЈНОСТ	88,1
НАУЧНОИСТРАЖУВАЧКА ДЕЈНОСТ	131,28
СТРУЧНО-ПРИМЕНУВАЧКА ДЕЈНОСТ и ДЕЈНОСТ ОД ПОШИРОК ИНТЕРЕС	35,0
Вкупно	254,38

РЕЦЕНЗЕНТСКА КОМИСИЈА

Проф. д-р Снежана Ристевска-Јовановска, с.р.
Проф. д-р Нада Секуловска, с.р.
Проф. д-р Ежени Брзовска, с.р.



Универзитет „Св. Кирил и Методиј“ во Скопје
Економски факултет - Скопје



Бр. _____

Дата. _____ 2024 година

Врз основа на член 110, 174 и 175 од Законот за високото образование (Сл.весник на Р.Македонија бр.82/18 и Сл.весник на Р.С.Македонија бр.178/21) и член 41 и 42 од Правилникот за посебните услови и постапката за избор во наставно – научни, научни, наставно-стручни и соработнички звања и демонстратори на Универзитет „Св. Кирил и Методиј“ во Скопје (Универзитетски гласник бр.411 од 5.11.2018 година), а на предлог на рецензентската комисија, Наставно – научниот совет на Економскиот факултет – Скопје на седницата одржана на ден 26.4.2024 година, ја донесе следната

ОДЛУКА

Кандидатот д-р Николина Паламидовска Стерјадовска, се избира за наставник, во наставно – научно звање редовен професор, во научната област: Маркетинг, по предметот: Маркетинг истражување.

Изборот во наставно – научно звање редовен професор д-р Николина Паламидовска Стерјадовска, го задржува доживотно.

Образложение

На објавениот конкурсот за избор на наставник во сите наставно – научни звања во научната област: Маркетинг, по предметот: Маркетинг истражување, објавен во Слободен печат и Коха на ден 9.2.2024 година, се пријави само кандидатот д-р Николина Паламидовска Стерјадовска.

Рефератот на Рецензентската комисија е објавен во Билтенот на Универзитетот бр.1304 од 1.4.2024 година.

Против изготвениот реферат на Рецензентската комисија во состав: Проф. д-р Снежана Ристевска Јовановска, Проф. д-р Нада Секуловска и Проф. д-р Ежени Брзовска, во предвидениот рок, не е поднесен приговор.

Наставно – научниот совет, одлучувајќи по рецензентскиот извештај, со 40 гласа ЗА (од вкупно 47 члена на наставно – научен кадар во Наставно – научниот совет), донесе одлука со која ја избра д-р Николина Паламидовска Стерјадовска во наставно – научно звање редовен професор, во научната област: Маркетинг, по предметот: Маркетинг истражување.

Согласно член 173, став 2 од Законот за високото (Сл.весник на Р.Македонија бр.82/18 и Сл.весник на Р.С.Македонија бр.178/21): „Изборот на редовен професор извршен од страна на наставно-научниот совет на факултетот, го потврдува сенатот на Универзитетот“.

Оваа одлука да се достави до: Универзитетот, кандидатот, персонално досие, досие на седницата и архива.

Изработил: Д.К.



ДЕКАН

Проф. д-р Предраг Трпески



Универзитет „Св. Кирил и Методиј“ во Скопје
Ss. Cyril and Methodius University in Skopje

РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА
УНИВЕРЗИТЕТ „СВ. КИРИЛ И МЕТОДИЈ“ ВО СКОПЈЕ
ЕКОНОМСКИ ФАКУЛТЕТ СКОПЈЕ

Примено:	05.06.2024		
Бр. од УС	04	924 / Z	
Ознака:	ОВ 5.5/13		
Страна:	1 од 1		

Бр. 02-695/9
29.5.2024 година
Скопје

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 и бр. 58/2024), Универзитетскиот сенат на 10. седница одржана на 29.5.2024 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 **Николина Паламидовска - Стерјадовска**, вонреден професор на Универзитетот „Св. Кирил и Методиј“ во Скопје, Економски факултет - 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.

Претседател

Проф. д-р Сашо Еленчевски



ДН:

- Економски факултет - Скопје
- проф. д-р Николина Паламидовска - Стерјадовска