

Прилог бр. 3		Предметна програма од прв, втор и трет циклус на студии			
1.	Наслов на наставниот предмет	Маркетинг менаџмент			
2.	Код				
3.	Студиска програма	Менаџмент на индустриските организации			
4.	Организатор на студиската програма (единица, односно институт, катедра, оддел)	Технолошко-металуршки факултет			
5.	Степен (прв, втор, трет циклус)	Прв циклус			
6.	Академска година/семестар	4 година 7 семестар	7.	Број на ЕКТС кредити	5
8.	Наставник				
9.	Предуслови за запишување на предметот	Основи на маркетингот			
10.	Цели на предметната програма (компетенции): Цел на предметот е студентите да се ги продлабочат стекнатите основни познавања од областа на маркетингот, како и да знаат да ги идентификуваат потребите на купувачите.				
11.	Содржина на предметната програма: Пристап кон маркетинг менаџментот, Планирање на маркетинг активностите, Маркетинг стратегии, Основни видови маркетинг стратегии, Маркетинг стратегии во зависност од структурата на пазарот, Маркетинг тактики, Маркетинг одлуки за цените, Маркетинг одлуки во дистрибуцијата, Маркетинг одлуки во директниот маркетинг, Маркетинг одлуки за економска пропаганда, Организација на маркетингот, Маркетинг контрола				
12.	Методи на учење: предавања и вежби, консултации, домашни задачи и домашно учење (подготовка на испит)				
13.	Вкупен расположив фонд на време	150			
14.	Распределба на расположивото време				
15.	Форми на наставните активности	15.1	Предавања-теоретска настава	30 часови	
		15.2	Вежби (аудиторски)	15 часови	
16.	Други форми на активности	16.1	Домашни задачи	45 часови	
		16.2	Домашно учење	60 часови	
17.	Начин на оценување				
	17.1.	Тестови	80 бодови		
	17.2.	Домашни задачи	10 бодови		
	17.3.	Активност и учество на предавање	5 бодови		
	17.4	Активност и учество на вежби	5 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.	Услови за потпис и полагање на завршен испит	Минимум 11 бодови од активностите 17.1 до 17.4.			
20.	Јазик на кој се изведува наставата	Македонски			
21.	Метод на следење на квалитетот на наставата	анкета на студенти			
22.	Литература				
	Задолжителна литература				
22.1	Ред. број	Автор	Наслов	Издавач	Година
	1.	Котлер, Келер	Маркетинг менаџмент (превод на македонски)		
	2.	Б.Јаковски	Маркетинг менаџмент	Економски факултет, Скопје	2002
	3.	F. Росо	Marketinsko upravljanje	Skolska knjiga, Zagreb	
22.2	Дополнителна литература				
	Ред. број	Автор	Наслов	Издавач	Година
	1.	V.M.Golubovic	Marketing menadzment	Megatrend, Beograd	2010
	2.	M.Stamatovic, S.Vukotic	Upravljanje marketingom	FAM	
	3.	R.M.S. Wilson, C.Gilligan	Strategic Marketing Management, 2 nd edition	Butterworth-Heinemann	2002