

Прилог бр. 3.32		Предметна програма од прв, втор и трет циклус на студии			
1.	Наслов на наставниот предмет	Маркетинг			
2.	Код	ДИО06И62			
3.	Студиска програма	Дизајн и инженеринг на облката			
4.	Организатор на студиската програма (единица, односно институт, катедра, оддел)	ТМФ, Институт за текстилно инженерство			
5.	Степен (прв, втор, трет циклус)	Прв циклус			
6.	Академска година/семестар	3 година 6 семестар	7.	Број на ЕКТС кредити	4
8.	Наставник	Д-р Елена Томовска, вон. проф.			
9.	Предуслови за запишување на предметот				
10.	Цели на предметната програма (компетенции): Цел на предметот е студентите да се стекнат со основни познавања од областа на маркетинг менаџментот.				
11.	Содржина на предметната програма: Дефиниција за маркетинг; однесување на потрошувачите (карактеристики на индивидуалните потрошувачи, карактеристики на B2B потрошувачи); сегментација на потрошувачи; производ (класификација на производи, бренд, менаџмент на производи); цена (процес на поставување на цена, влијанија врз одлуката за поставување на цена); дистрибуција (структура на каналите за дистрибуција, стратегија за дистрибуција); промоција (адвертајзинг, останати алатки за маркетинг комуникација, интргрирани маркетинг комуникации); маркетинг истражување и маркетинг планирање.				
12.	Методи на учење:				
13.	Вкупен расположив фонд на време	90			
14.	Распределба на расположивото време				
15.	Форми на наставните активности	15.1	Предавања-теоретска настава	30	
		15.2	Вежби (лабораториски, аудиториски), семинари, тимска работа	15	
16.	Други форми на активности	16.1	Проектни задачи	20 часови	
		16.2	Самостојни задачи		
		16.3	Домашно учење	25 часови	
17.	Начин на оценување				
	17.1.	Тестови	80 бодови		
	17.2.	Семинарска работа/проект (презентација: писмена и усна)	15 бодови		
	17.3.	Активност и учество	5 бодови		
18.	Критериуми за оценување (бодови/оценка)	до 50х 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 10 бодови од 17.1-17.3			
20.	Јазик на кој се изведува наставата	Македонски			

21	Метод на следење на квалитетот на наставата		Анкета		
22.	Литература				
	Задолжителна литература				
22.1	Ред.број	Автор	Наслов	Издавач	Година
	1.	M. Easey	Fashion Marketing	Blackwell Science	2002
22.2	Дополнителна литература				
	Ред.број	Автор	Наслов	Издавач	Година
	1.	Malhiotra, Briks	Marketing research	Prentice Hall	2007
	2.	Brassington, Pettit	Essentials of Marketing	Prentice Hall	2005
	3.				