

Прилог бр. 3. 36		Предметна програма од прв циклус на студии			
1.	Наслов на наставниот предмет	Маркетинг менаџмент и дигитален маркетинг			
2.	Код	ИМН6И23			
3.	Студиска програма	<b>Инженерство на материјали и нанотехнологи</b>			
4.	Организатор на студиската програма (единица, односно - институт, катедра, оддел)	Технолошко-металуршки факултет факултет, УКИМ Скопје			
5.	Степен (прв, втор, трет циклус)	прв			
6.	Академска година /семестар	Трета година / шести семестар	2023-24	Број на ЕКТС-кредити	5
8.	Наставник	Проф. д-р Татјана Петковска Мирчевска			
9.	Предуслови за запишување на предметот				
10.	Цели на предметната програма (компетенции): Студентите стекнуваат основни сознанија за маркетинг менаџментот, маркетинг стратегиите и дигиталниот маркетинг во услови на глобално окружување и користење на дигиталните технологии.				
11.	Содржина на предметната програма: 1. Поим и карактеристики на маркетинг менаџмент 2. Истражување на потрошувачките и бизнис пазари 3. Управување со холистичка маркетинг организација 4. Управување со производ и бренд 5. Управување со интегрирани маркетинг канали 6. Управување со цени и ценовни стратегии 7. Управување со интегрирани маркетинг комуникации 8. Дигитална трансформација, социјални медиуми и дигитален маркетинг 9. Интегрирана стратегија на дигитален маркетинг: планирање, цели, активности, и контрола 10. Customer relationship management (CRM)				
12.	Методи на учење: предавања и вежби, консултации, проектна задача (домашна, семинарска), домашно учење (подготовка за испит)				
13.	Вкупен расположив фонд на време	150 часа			
14.	Распределба на расположивото време				
15.	Форми на наставните активности	15.1.	Предавања - теоретска настава	30	
		15.2.	Вежби (лабораториски, аудиториски), семинари, тимска работа	30	
16.	Други форми на активности	16.1.	Проектни задачи	20	
		16.2.	Самостојни задачи	10	
		16.3.	Домашно учење – задачи	60	
17.	Начин на оценување				
	17.1.	Тестови	80		
	17.2.	Индивидуална работа/проект ( презентација: писмена и усна)	10		
	17.3.	Активност и учество	10		
18.	Критериуми за оценување (бодови/ оценка)	до 50 бода		5 (пет) (F)	
		51 x до 60 бода		6 (шест) (E)	

		61 x 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.	Услов за потпис и за полагање завршен испит	Минимум 11 бодови од активностите 17.1 до 17.3.			
20.	Јазик на кој се изведува наставата	Македонски			
21.	Метод на следење на квалитетот на наставата	Анонимна анкета на студентите			
22.	Литература				
	22.1.	Задолжителна литература			
		Реден број	Автор	Наслов	Издавач
		1.	<a href="#">Kotler Ph. Keller</a>	Маркетинг менаџмент (превод на македонски јазик)	Арс Ламина
		2.	Петковска Т, Петковска Мирчевска Т	Меѓународен маркетинг-концепциски, стратегиски и акциони аспекти	УКИМ, Економски институт, Скопје
		3.	Kingsnorth S.	Digital marketing strategy	Keegan page
	22.2.	Дополнителна литература			
		Реден број	Автор	Наслов	Издавач
		1.	Chernev A.	Strategic marketing management	John Willey & Sons
		2.	Kotler M., Tiger C., Wang S, Qiao K.	Marketing Strategy In The Digital Age: Applying Kotler's Strategies To Digital Marketing	WSPC
	3.		Други публикации од областа		