

Прилог бр.3.15		Предметна програма од прв циклус на студии			
1.	Наслов на наставниот предмет	Бренд менаџмент			
2.	Код	БАС-11БМЕ			
3.	Студиска програма	Маркетинг менаџмент			
4.	Организатор на студиската програма	Бизнис академија Смилевски – БАС, Скопје			
5.	Степен (прв, втор, трет циклус)	Прв циклус			
6.	Академска година / семестар	Трета година	Пети семестар	Број на ЕКТС кредити	7
8.	Наставник	Виш. пред. д-р Дијана Ивановска Пржо			
9.	Предуслови за запишување на предметот	Маркетинг менаџмент			
10.	Цели на предметната програма (компетенции): <ul style="list-style-type: none"> • Менаџирање со брендот како современи маркетинг менаџери. • Подготвување на ефикасно и ефективно менаџирање во процесот на градење на брендот и негово позиционирање на пазарот. • Анализирање на идентитетот на брендот во процесот на позиционирање преку креирање на долгорочна стратегија која ќе овозможи истиот да се пренесе од национално на глобално ниво; • Запознавање на сите аспекти на брендот како клуч на успешност во современи услови на работење; • Стекнување со знаења, вештини и способности за градење долгорочни стратегии во компаниите кои ќе придонесат да се изградат успешни и моќни брендови. 				
11.	Содржина на предметната програма: <ol style="list-style-type: none"> 1. Бренд и значење на брендот (поим, видови, улога и значење на брендот) 2. Брендирање 3. Креирање на брендот 4. Стратешко управување со брендот 5. Стратегии за развој на брендот 6. Мерење на вредноста на брендот 7. Успеси на глобалните брендови 				
12.	Методи на учење: Предавања со користење на ppt презентации (користење на опрема и софтверски пакети), интерактивни предавања, работа во тим или група на илустративна и проблемска и студија на случај, самостојна изработка и одбрана на проектни извештаи.				
13.	Вкупен расположив фонд на време	7ЕКТС * 27 = 189 часови			

14.	Распределба на расположивото време	24+24+141=189 часови (2+2)			
15.	Форми на наставните активности	15.1.	Предавања - теоретска настава.		24
		15.2.	Вежби (лабораториски, аудиториски), семинари, тимска работа.		24
16.	Други форми на активности	16.1.	Проектни задачи		24
		16.2.	Самостојни задачи		0
		16.3.	Домашно учење - задачи		117
17.	Начин на оценување				
	17.1.	Тестови			50 поени
	17.2.	Индивидуална работа/ проект (презентација: писмена и усна)			20 поени
	17.3.	Активност и учество			30 поени
18.	Критериуми за оценување (поени/ оценка)	до 40 бода		5 (пет) (F)	
		41 до 50 бода		5 (пет) (F _x)	
		51 до 59 бода		6 (шест) (E)	
		60 до 69 бода		7 (седум) (D)	
		70 до 79 бода		8 (осум) (C)	
		80 до 89 бода		9 (девет) (B)	
		90 до 100 бода		10 (десет) (A)	
19.	Услов за потпис и полагање на завршен испит	Успешно завршени обврски во точка 17.2 и 17.3			
20.	Јазик на кој се изведува наставата	Македонски јазик			
21.	Метод на следење на квалитетот на наставата	Квалитетот на наставата се следи преку неколку механизми: 1. Редовна или вонредна (по потреба) семестрална евалуација на изведбата на наставникот и квалитетот на наставата од страна на студентите; 2. Редовна или вонредна (по потреба) семестрална евалуација на изведбата на наставникот и квалитетот на наставата од страна на менаџментот; 3. Семестрална само-евалуација на изведбата на наставникот и квалитетот на наставата од страна на наставникот; 4. Редовен и вонреден увид (по потреба) во наставата од страна на менаџментот;			
22.	Литература				
	22.1.	Задолжителна литература			
		Ред. број	Автор	Наслов	Издавач
1.	Keller, K.L.	Branding and brand equity	Bart Weitz and Robin Wensley Sage Publicatio	2002	

		2.	Rakita B. Mitrovic I.	Brend menadzment	Savremena administracija, Beograd	2007
		3.	Кевин Лејн Келер	Стратегиски бренд менаџмент	Ars Lamina	2013
		Дополнителна литература				
		Ред. број	Автор	Наслов	Издавач	Година
	22.2.	1.	Veljkovic S.	Brend menadzment u savremenim trzishnim uslovima	CID, Ekonomski fakultet, Beograd	2010
	22.2.	2.	Keller K.L.	Strategic brand management – building, measuring and managing brand equity, 2 nd edition	Prentice Hall, New Jersey	2003
	22.2.	3.				