

Прилог бр.3.29		Предметна програма од прв циклус на студии			
1.	Наслов на наставниот предмет	Интегрирани маркетинг комуникации			
2.	Код	БАС-12ИМК			
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	/	/	Број на ЕКТС кредити	7
8.	Наставник	Проф. д-р Маја Кузмановска Виш. пред. д-р Дијана Ивановска Пржо			
9.	Предуслови за запишување на предметот	Основи на маркетинг			
10.	Цели на предметната програма (компетенции): <ul style="list-style-type: none"> <li>• Стекнување на потребни знаења од студиската програма по Интегрирани маркетинг комуникации;</li> <li>• Совладување на теоретските аспекти во процесот на комуникации, принципите и влијателните фактори;</li> <li>• Градење на критички осврт на развојот на маркетинг комуникациите;</li> <li>• Сублимирање на знаењето во вештини потребни на пазарот на трудот;</li> <li>• Правилно користење на економската пропаганда;</li> <li>• Совладување на алатките за лична продажба и продажна промоција;</li> <li>• Користење на директниот и онлајн маркетингот.</li> </ul>				
11.	Содржина на предметната програма: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Теоретски основи на комуникацијата</li> <li>• Процесот на комуникација</li> <li>• Принципи на комуникацијата</li> <li>• Фактори кои влијаат во комуникацијата</li> <li>• Маркетинг комуницирање</li> <li>• Поим и процес на маркетинг комуницирање</li> <li>• Задачи на маркетинг комуницирањето</li> <li>• Медиуми и средства за маркетинг комуницирање</li> <li>• Маркетинг комуникациски микс и негова ефективност</li> <li>• Економска пропаганда</li> <li>• Лична продажба</li> <li>• Продажна промоција</li> <li>• Публицитет и односи со јавноста</li> </ul>				

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Директен и on-line маркетинг</li> </ul>			
12.	<p>Методи на учење:</p> <p>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.</p>			
13.	Вкупен расположив фонд на време	7ЕКТС * 27 = 189 часови		
14.	Распределба на расположивото време	24+36+129=189 часови (2+3)		
15.	Форми на наставните активности	15.1.	Предавања - теоретска настава.	24
		15.2.	Вежби (лабораториски, аудиториски), семинари, тимска работа.	36
16.	Други форми на активности	16.1.	Проектни задачи	24
		16.2.	Самостојни задачи	0
		16.3.	Домашно учење - задачи	105
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 <sub>x</sub> )
		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	Реализирани активности 15.1, 15.2 и 16.1		
20.	Јазик на кој се изведува наставата	Македонски		
21.	Метод на следење на квалитетот на наставата	<p>Квалитетот на наставата се следи преку неколку механизми:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Редовна или вонредна (по потреба) семестрална евалуација на изведбата на наставникот и квалитетот на наставата од страна на студентите;</li> <li>2. Редовна или вонредна (по потреба) семестрална евалуација на изведбата на наставникот и квалитетот на наставата од страна на менаџментот;</li> </ol>		

		3. Семестрална само-евалуација на изведбата на наставникот и квалитетот на наставата од страна на наставникот; Редовен и вонреден увид (по потреба) во наставата од страна на менаџментот;			
22.	Литература				
	Задолжителна литература				
	Ред. број	Автор	Наслов	Издавач	Година
	22.1. 1.	Савица Димитриеска	Маркетинг комуникации	Европски Универзитет, Скопје	2009
	2.	Galjina Ognjanov	Integrисane marketinshke komunikacije	Centar za izdavachka delatnost – Ekonomski fakultet, Beograd	2013
	3.				
	Дополнителна литература				
	Ред. број	Автор	Наслов	Издавач	Година
	22.2. 1.	Сузана Салаи, Иван Хегедиш, Александар Грубор	Маркетинг комуницирање	Економски факултет, Суботица	2007
	2.				
3.					