

Прилог бр.3.22		Предметна програма од прв циклус на студии			
1.	Наслов на наставниот предмет	Маркетинг на услуги			
2.	Код	BAS-12MNY			
3.	Студиска програма	Маркетинг менаџмент			
4.	Организатор на студиската програма	Бизнис Академија Смилевски – БАС			
5.	Степен (прв, втор, трет циклус)	Прв			
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	Слушан и положен предметите Основи на менаџмент; Однесување со потрошувачите			
10.	Цели на предметната програма (компетенции): <ul style="list-style-type: none"> Осознавање на главните индустрии во услужниот сектор и нивната важност во економијата; Разбирање на примената на маркетинг концептот кај услугите; Интегрирање на маркетингот со останатите менаџерски функции во компаниите; Осознавање на моделот за потрошувачка на услугите во фазата пред, за време на и после услужниот контакт; Разбирање на потребата на сегментација на пазарот заради подобро позиционирање на услугите и примена на ефективна стратегија за позиционирање; Издигнување на услугата на ниво на бренд; Способност за дистрибуирање на услугите справувајќи се со сите предизвици на пазарите; Формирање на цената на услугата; Применување на маркетинг комуникациите во областа на услугите со цел подобро да ги промовираат; Дизајнирање и менаџирање со услужните процеси. 				
11.	Содржина на предметната програма: <ul style="list-style-type: none"> Нови перспективи на маркетингот во услужните дејности Однесување на потрошувачите во контекст на услугите Позиционирање на услугите на конкурентните пазари Примена на четирите „П“ елементи во областа на услугите Дизајнирање и управување со услужните процеси Баланс на побарувачка и производните капацитети Имплементација на профитабилни услужни стратегии 				
12.	Методи на учење:				

	Предавања поддржани со презентации преку слајдови, интерактивни предавања, вежби (користење на опрема и софтверски пакети), тимска работа, пример случаи, поканети гости предавачи, самостојна изработка и одбрана на проектна задача и семинарска работа, учење во електронско опкружување (форуми, консултации).				
13.	Вкупен расположив фонд на време	7 ЕКТС * 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) (Fx)	
		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 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.	Маја Кузмановска Дијана Ивановска Пржо	Компендиум	БАС, Скопје	Во изработка
		2.				
		3.				
	22.2.	Дополнителна литература				
		Ред. број	Автор	Наслов	Издавач	Година
		1.	Кристофер Лавлок, Јохен Вирц	Маркетинг на услуги	Арс Ламина	2011
		2.	Марија Јохан	Services Marketing	Warsaw school of economics	2015
		3.				