

Прилог бр.3.32		Предметна програма од прв циклус на студии			
1.	Наслов на наставниот предмет	Маркетинг планирање и сегментирање на пазарот			
2.	Код	БАС-12МПС			
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 Лидија Стефановска			
9.	Предуслови за запишување на предметот	Слушан и положен предметот Основи на маркетинг			
10.	Цели на предметната програма (компетенции): <ul style="list-style-type: none"> <li>Осознавање на важноста при процесот на сегментација на пазарите врз основа на претходно ефективно и ефикасно спроведено планирање</li> <li>Создавање јасна слика за целиот процес на планирање низ сите негови фази како и имплементација на плановите</li> <li>Разбирање на важноста на различните варијабли врз основа на кои се врши сегментацијата на пазарот поделени во неколку категории</li> <li>Укажување на значењето на целиот пазар како резултат на направената сегментација и примена на добро избраната стратегија за настап.</li> </ul>				
11.	Содржина на предметната програма: <ul style="list-style-type: none"> <li>Сегментација на пазарот – клуч за успех во маркетингот</li> <li>Дефинирање на пазарот и предизвиците од аспект на компаниите</li> <li>Планирањето и истражувањето како основа за сегментирање на бизнис пазарите</li> <li>Процес на маркетингското планирање</li> <li>Анализа на варијаблите за сегментација на пазарот</li> <li>Дефинирање на купувачките навики</li> <li>Имплементирање на стратегијата на сегментирање</li> </ul>				
12.	Методи на учење: <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.		15.1.	Предавања - теоретска настава.		24

	Форми на наставните активности	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	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	<ul style="list-style-type: none"> <li>Редовна или вонредна (по потреба) семестрална евалуација на изведбата на наставникот и квалитетот на наставата од страна на студентите;</li> <li>Редовна или вонредна (по потреба) семестрална евалуација на изведбата на наставникот и квалитетот на наставата од страна на менаџментот;</li> <li>Семестрална само-евалуација на изведбата на наставникот и квалитетот на наставата од страна на наставникот;</li> <li>Редовен и вонреден увид (по потреба) во наставата од страна на менаџментот;</li> </ul>			
22.	Литература				
	22.1.	Задолжителна литература			
		Ред. број	Автор	Наслов	Издавач
		1.	Стефановска Л.	Компендиум по Планирање и сегментирање на пазарот	Бизнис Академија Смилевски – БАС Скопје
		2.	Кочоска, М., Дамевска, Д.	Маркетинг – теорија и пракса	Бизнис Академија Смилевски – БАС Скопје
3.	Charles W. Lamb, Joe F. Hair, Carl McDaniel	Essentials of Marketing	Cengage Learning		
			Година	2021	
				2017	
				2008	

		Дополнителна литература				
		Ред. број	Автор	Наслов	Издавач	Година
22.2.		1.	Стефановска Л., Солунчевски М.	Стратегиски менаџмент	Бизнис Академија Смилевски – БАС Скопје	2015
		2.	Хит Мајкл А., Арјланд Р. Двејн, Хоскинсон, Роберт Е.	Стратегиски менаџмент – конкурентност и глобализација, Превод од владата;	Превод на Владата на Р.С.М	2012
		3.				