

Прилог бр.3.18		Предметна програма од прв циклус на студии			
1.	Наслов на наставниот предмет	Практикум по маркетинг менаџмент			
2.	Код	БАС-12ПММ			
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	Трета година	Шести семестар	Број на ЕКТС кредити	8
8.	Наставник	Сите професори.			
9.	Предуслови за запишување на предметот	Маркетинг менаџмент			
10.	Цели на предметната програма (компетенции): <ul style="list-style-type: none"> • Применување на стекнати основни и специфични знаења од областа на маркетинг менаџментот и организациските науки од кој се избира темата на практикумот; • Истражување и анализа на карактеристики, наоди, феномени; • Дизајнирање и развивање на оптимизирани, подобрени или нови решенија на постоечки проблеми или за задоволување на потенцијални можности или потреби; • Примена на вештини за академско пишување и истражување; • Конструирање и опишување на план за разработка на практикум; • Презентирање на наоди, развиени решенија и извлечени заклучоци; • Споредување на теоретската рамка со наодите од практиката; 				
11.	Содржина на предметната програма: <ul style="list-style-type: none"> • Студии на случај за: улогата на маркетингот во клиентски насочени компании, создавање дилгорочни и нераскинливи врски со потрошувачите, градење силни марки и испорачување вредност преку интегрирани маркетинг комуникации • Развивање на маркетинг планови како резултат на претходно спроведена анализа на ситуацијата • Изработка и имплементација на маркетинг стратегија за позиционирање на пазарот и долгорочен раст • Запознавање со неопходната содржинска рамка на практикумот • Презентација на практикуми 				
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	8 * 27 = 216 часови				
14.	Распределба на расположивото време	36+24+156=216 часови (3+2)				
15.	Форми на наставните активности	15.1.	Предавања- теоретска настава.			36
		15.2.	Вежби (лабораториски, аудиториски), семинари, тимска работа.			24
16.	Други форми на активности	16.1.	Проектни задачи			48
		16.2.	Самостојни задачи			/
		16.3.	Домашно учење - задачи			108
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	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	Година

		1.	Ана Салтирова	Прирачник за изработка на практикум	БАС	2010	
		2.					
		3.					
	22.2.	Дополнителна литература					
		Ред. број	Автор	Наслов	Издавач	Година	
		1.	Филип Котлер, Кевин Лејн Келер	Маркетинг менаџмент	ДАТА ПОНС, Дооел, Скопје	2009	
		2.					
		3.					