

Прилог бр.3.26		Предметна програма од прв циклус на студии			
1.	Наслов на наставниот предмет	Промоција			
2.	Код	БАС-12ПРО			
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 предметот: Основи на маркетинг			
10.	Цели на предметната програма (компетенции):				
	<ul style="list-style-type: none"> Запознавање со промоцијата како еден од елементите на маркетинг миксот; Разбирање на процесот на маркетинг комуницирањето и начинот на комуницирање во минатото и денес; Применување на спецификите на облиците на промотивните активности, нивните одделни карактеристики и придобивките од економската пропаганда, личната продажба, продажната промоција и публицитетот, односите со јавноста, директен и он-лајн маркетингот. 				
11.	Содржина на предметната програма:				
	<ul style="list-style-type: none"> Улогата на промоцијата и нејзиното значење Промоцијата како дел од маркетинг миксот Маркетинг комуникации Облици на промотивни активности Економска пропаганда, Лична продажба, Продажна промоција, Односи со јавноста и публицитет Директен и он-лајн маркетинг Интеграција на маркетинг комуникацијата				
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	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 _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: <ol style="list-style-type: none"> 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.	Секуловска Нада	Промоција, трето издание	Економски факултет, Скопје	2009		

		2.	Suzan T. Istman, Daglas A. Ferguson, Robert A. Klajn	Promocija I marketing elektronskih medija	CLIO	2002
		3.				
	22.2.	Дополнителна литература				
		Ред. број	Автор	Наслов	Издавач	Година
		1.	Џорџ Е. Белч, Мајкл А. Белч	Рекламирање и промоција	McGraw Hill Irwin	2007
		2.				
		3.				