

18 ПРИЛОГ БР. 3 | Предметни програми со информации согласно со членот 4 од Правилникот за задолжителните компоненти кои треба да ги поседуваат студиските програми од вториот циклус на студии (“Службен весник на Република Македонија”, бр.25/2011 и бр.154/2011)

Прилог бр. 3.1		Предметна програма од прв циклус на студии			
1.	Наслов на наставниот предмет	Вовед во бизнис			
2.	Код	БАС-11ВВБ			
3.	Студиска програма	Бизнис менаџмент, Маркетинг менаџмент			
4.	Организатор на студиската програма	Бизнис академија Смилевски – БАС, Скопје			
5.	Степен (прв, втор, трет циклус)	Прв циклус			
6.	Академска година / семестар	Прва година	Прв 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	/			
10.	Цели на предметната програма (компетенции): 1. Разбирање на системот на пазарното стопанство; 2. Здобивање со знаења за пазарот на стоки и услуги, труд и капитал; 3. Анализирање на факторите на окружување; 4. Осознавање на значењето на слободното претприемање и форми на конкуренција; 5. Развивање на способност за поставување јасни цели и бизнис стратегија; 6. Разбирање на соодносот помеѓу факторите на производство; 7. Стекнување со знаењата за влијанието на микроекономските одлуки врз успешноста на функционирање на микро ниво; 8. Разбирање на значењето на трошоците и нивната улога во бизнисот;				
11.	Содржина на предметната програма: 1. Вовед во бизнисот 2. Суштински елементи на бизнисот 3. Пазарни законитости 4. Поделба на бизнисот 5. Фактори на окружување 6. Стратегиско планирање во бизнисот 7. Алтернативни начини за започнување на бизнис 8. Маркетинг функција на бизнисот 9. Бизнисот и финансиите				
12.	Методи на учење: 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.				

13.	Вкупен расположив фонд на време	7ЕКТС * 27 = 189 часови				
14.	Распределба на расположивото време	24+24+141=189 часови (2+2)				
15.	Форми на наставните активности	15.1.	Предавања- теоретска настава.		24	
		15.2.	Вежби (лабораториски, аудиториски), семинари, тимска работа.		24	
16.	Други форми на активности	16.1.	Проектни задачи		24	
		16.2.	Самостојни задачи		0	
		16.3.	Домашно учење - задачи		117	
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 (бодови/ 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				
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; 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.	Смилевски Ц., Соклевски Т., Андреев И., Стефковски В.	Вовед во бизнис	АППРМ, Скопје	2010
		2.				

	22.2.	3.				
		Дополнителна литература				
		Ред. број	Автор	Наслов	Издавач	Година
		1.	Cleveland P.	50 steps to business success – entrepreneurial leadership in manageable bites	ECW PRESS	2001
		2.	Cook, S.	Customer care excellence: How to create an effective customer focus	Kogan Page Publishers	2010
		3.	Мариоти С., Глакин К.	Претприемаштво и управување со мали бизниси	Арс Ламина, Скопје	2012
		4.	Paunovic B., Zipovski D.	Poslovni plan	CID Ekonomskog fakulteta u Beogradu	2013

Прилог бр. 3.2		Предметна програма од прв циклус на студии			
1.	Наслов на наставниот предмет	Основи на менаџмент			
2.	Код	БАС-11ОНМ			
3.	Студиска програма	Бизнис менаџмент, Маркетинг менаџмент			
4.	Организатор на студиската програма	Бизнис Академија Смилевски – БАС			
5.	Степен (прв, втор, трет циклус)	Прв			
6.	Академска година / семестар	Прва година	Прв семестар	Број на ЕКТС кредити	7
8.	Наставник	Проф. д-р Соклевски Тони Пред. м-р Ѓорѓиевски Иван			
9.	Предуслови за запишување на предметот	/			
10.	Цели на предметната програма (компетенции): - Разбирање на менаџментот како поим и неговите основни карактеристики; - Разбирање на организацијата како поим, како структура и како систем; - Идентификување на менаџерските нивоа и активностите соодветно на секое менаџерско ниво; - Идентификување на улогите на менаџерот во рамки на една организација; - Применување на модели, методи и техники за организирање на работата и човечките ресурси; - Планирање, дизајн и изработка на организациски структури; - Примена на механизми за управување со оперативните процеси и ресурсите; - Примена на контролни механизми во организацијата; - Способност за применување на различните менаџерски функции;				
11.	Содржина на предметната програма: 1. Вовед во менаџментот 2. Менаџерски предизвици 3. Планирање 4. Организирање и екипирање 5. Водење и мотивирање 6. Контролирање 7. Менаџерска етика				
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+24+141=189 часови (2+2)			
15.	Форми на наставните активности	15.1.	Предавања - теоретска настава.			24
		15.2.	Вежби (лабораториски, аудиториски), семинари, тимска работа.			24
16.	Други форми на активности	16.1.	Проектни задачи			24
		16.2.	Самостојни задачи			0
		16.3.	Домашно учење - задачи			117
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 (бодови/ 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: - Редовна или вонредна (по потреба) семестрална евалуација на изведбата на наставникот и квалитетот на наставата од страна на студентите; - Редовна или вонредна (по потреба) семестрална евалуација на изведбата на наставникот и квалитетот на наставата од страна на менаџментот; - 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					
	22.1.	Задолжителна литература				
		Ред. број	Автор	Наслов	Издавач	Година
		1.	Соклевски Т.	Основи на менаџментот – Авторизирани предавања	БАС, Скопје	2010
		2.				
		3.				
	22.2.	Дополнителна литература				

Ред. број	Автор	Наслов	Издавач	Година
1.	Кралев Т	Основи на менаџментот	ЦИМ	2001
2.	Р.Л. Дафт, ГЕНЕКС, Кочани	Менаџмент,	ГЕНЕКС	2011
3.	Е.Мејер, Г.Р.Џонс, Џ.М.Џорџ	Современ менаџмент	ГЛОБАЛ КОМУНИКАЦИИ	2008

Прилог бр.3.3		Предметна програма од прв циклус на студии			
1.	Наслов на наставниот предмет	Личен менаџмент			
2.	Код	БАС-11ЛИМ			
3.	Студиска програма	Маркетинг менаџмент, Бизнис менаџмент;			
4.	Организатор на студиската програма	Бизнис академија Смилевски - БАС			
5.	Степен (прв, втор, трет циклус)	Прв циклус			
6.	Академска година / семестар	Прва година	Прв семестар	Број на ЕКТС кредити	7
8.	Наставник	Проф. д-р Даниела Карадаков Проф. д-р Гордана Тасевска			
9.	Предуслови за запишување на предметот	Нема			
10.	Цели на предметната програма (компетенции): - Разбирање на потребата за лично менаџирање, развивање на вештини и компетенции; - Спознавање на своите силни и слаби страни, своите можности и закани во контекст на личниот развој; - Подобрување на вештините за себе-промовирање и себе-претставување; - Подобрување на вештините за лично менаџирање со цел да се постигне поголема професионална ефективност; - Елиминирање на непродуктивните навики и практикување на високоефективни навики; - Способност за ефективно управување со времето и поставување на приоритети; - Способност за поставување на јасна визија и јасни цели; - Способност за креативно размислување и решавање на проблеми; - Способност за идентификување и препознавање на различните типови на личност; - Развивање на емоционалната писменост; - Развивање на стилот на учење и подобрување на компетенциите; - Способност за користење на современи алатки за учење; - Развивање на вештини за успешно справување со стресот и вознемирувањето на работното место;				
11.	Содржина на предметната програма: - Личен менаџмент во акција - Рефлексивен дневник - Личен маркетинг - Личен развој - Менаџирање на времето - Психолошки основи на личниот менаџмент - Емоционална интелигенција - Мултипла интелигенција - Учење - Мапи на умот - Личен менаџмент во опасност				

	12. Личен стрес менаџмент			
12.	Методи на учење: • Предавања – интерактивна настава; • Вежби; • Студии на случај; • Тестови за самопроценка; • Индивидуална и групна работа;			
13.	Вкупен расположив фонд на време	7ЕКТС * 27 = 189 часови		
14.	Распределба на расположивото време	24+24+141=189 часови (2+2)		
15.	Форми на наставните активности	15.1.	Предавања - теоретска настава.	24
		15.2.	Вежби (лабораториски, аудиториски), семинари, тимска работа.	24
16.	Други форми на активности	16.1.	Проектни задачи	24
		16.2.	Самостојни задачи	0
		16.3.	Домашно учење - задачи	117
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 (бодови/ 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	Нема		
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.	Даниела Карадаков, Гордана Тасевска	Личен менаџмент	Бизнис академија Смилевски – БАС, Скопје	2021 г.
		2.	Даниела Карадаков, Гордана Тасевска	Практикум по личен менаџмент	Бизнис академија Смилевски – БАС, Скопје	2021 г.
		3.				
	22.2.	Дополнителна литература				
		Ред. број	Автор	Наслов	Издавач	Година
		1.	Стивен Кови	7 навики на успешните луѓе	Publisher, Скопје	2011 г.
		2.	Клод Стајнер	Емоционална писменост: Интелигенција со срце	Магор, Скопје	2014 г.
		3.	M. Pedler, J. Burgoyne, T. Boydell	A manager's guide to self development	McGraw-Hill	2007 г.

Прилог бр.3.4		Предметна програма од прв циклус на студии			
1.	Наслов на наставниот предмет	Англиски јазик			
2.	Код	БАС-11АНГ			
3.	Студиска програма	Бизнис менаџмент, Маркетинг менаџмент			
4.	Организатор на студиската програма	Бизнис Академија Смилевски – БАС			
5.	Степен (прв, втор, трет циклус)	Прв			
6.	Академска година / семестар	Прва година	Прв семестар	Број на ЕКТС кредити	4
8.	Наставник	Виш лектор м-р Анка Веселинова			
9.	Предуслови за запишување на предметот	/			
10.	Цели на предметната програма (компетенции): - развивање на соодветно ниво на течна и точна употреба на избраниот странски јазик како медиум за разбирање, изразување и комуникација, што е пресудно за успех во професионалниот живот и во животот на продуктивните граѓани воопшто - подобрување на целокупното ниво на користење на јазикот и во формални и во неформални ситуации - развивање на способност и самодоверба да се иницира комуникација и да се одговори соодветно - развивање на способност за користење на компјутерска поддршка за изучување на јазикот - развивање на способност за разбирање на структурата на јазикот - разбирање на културата на земјата/ите каде се зборува англиски јазик				
11.	Содржина на предметната програма: 1. Introduction 1A Getting to know each other, present simple 1B Word order, vocabulary 1C Present Continuous, prepositions 1D Relative Clauses, writing At the airport- Social English 2A Past simple, vocabulary 2B Past Continuous, prepositions 2C Questions, question words 2D Reading comprehension, verb phrases 3A Future forms 3B Opposite verbs, social English 3C Verb+back, vocabulary 3D Review of tenses Practical English				

	4A Vocabulary, writing 4B Verb phrases, reading 4C Comparison of adjectives 4D Grammar Exercises, writing 5A Infinitive-use 5B Gerund- use 5C Modals- use 5D Prepositions, writing			
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	4 ЕКТС * 27 ЧАСА = 108 ЧАСА		
14.	Распределба на расположивото време	12+24+72=108 часови (1+2)		
15.	Форми на наставните активности	15.1.	Предавања- теоретска настава.	12
		15.2.	Вежби (лабораториски, аудиториски), семинари, тимска работа.	24
16.	Други форми на активности	16.1.	Проектни задачи	0
		16.2.	Самостојни задачи	0
		16.3.	Домашно учење - задачи	72
17.	Начин на оценување			
	17.1.	Тестови		70 поени
	17.2.	Индивидуална работа/ проект (презентација: писмена и усна)		0 поени
	17.3.	Активност и учество		30 поени
18.	Критериуми за оценување (бодови/ 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 и 15.2		
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; 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.	Clive Oxenden, Christina Latham – Koenig, Paul Seligson	New English File Pre-intermediate Student’s book and Workbook	Oxford University press	2009
		2.				
		3.				
	22.2.	Дополнителна литература				
		Ред. број	Автор	Наслов	Издавач	Година
		1.	Stuart Redman	English vocabulary in use	Cambridge University press	2003
		2.	Elaine Walker, Steve Ellsworth	Grammar practice	Pearson Education Limited.	2000
		3.	Linda Jeffreis	Reading Power	Pearson Education Limited.	2002

Прилог бр.3.5		Предметна програма од прв циклус на студии			
1.	Наслов на наставниот предмет	Маркетинг – менаџмент информациона системи			
2.	Код	БАС-11МИС			
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	Прва година	Прв семестар	Број на ЕКТС кредити	4
8.	Наставник	Проф. д-р Тони Соклевски			
9.	Предуслови за запишување на предметот	/			
10.	Цели на предметната програма (компетенции): - Разбирање на улогата на податоците и информациите во современото организациско окружување; - Стекнување знаења, вештини и способности за системска анализа и дизајн на системи во организациски рамки; - Разбирање на поврзаноста и неопходностаната континуиран развој на интелектуалниот капацитет на организацијата (структурен и човечки) за искористување на потенцијалите на МИС и воведување на електронското раководење во организациите; - Разбирање на деловните организациски процеси, архитектуирање и поврзување во МИС како дел од електронското раководење; - Разбирање на улогата на менаџерските информациона системи во контекст на процесот на донесување одлуки; - Моделирање на менаџерските информациона системи.				
11.	Содржина на предметната програма: - Податоците и информациите во современиот развоен тренд - Основи на системска анализа и дизајн на системите - Вовед во информационите системи, менаџерски информациона системи и електронското раководење - Теоретски преглед на моделите и структурите на менаџерските информациона системи и улогата на електронското раководење во развојот на организацијата - Аналитички пристап во развојот на менаџерските информациона системи и електронското раководење - Електронското раководење во функција на моделирање на менаџерските информациона системи - Посебни типови на менаџерски информациона системи				
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	4 ЕКТС * 27 ЧАСА = 108 ЧАСА				
14.	Распределба на расположивото време	12+24+72=108 часови (1+2)				
15.	Форми на наставните активности	15.1.	Предавања- теоретска настава.	12		
		15.2.	Вежби (лабораториски, аудиториски), семинари, тимска работа.	24		
16.	Други форми на активности	16.1.	Проектни задачи	0		
		16.2.	Самостојни задачи	0		
		16.3.	Домашно учење - задачи	72		
17.	Начин на оценување					
	17.1.	Тестови			70	
	17.2.	Индивидуална работа/ проект (презентација: писмена и усна)			/	
	17.3.	Активност и учество			30	
18.	Критериуми за оценување (бодови/ 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 и 15.2				
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; 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.	Соклевски Т., Стевановски М.	Менаџерски информационални системи - компендиум		2013
		2.				

		3.				
		Дополнителна литература				
		Ред. број	Автор	Наслов	Издавач	Година
	22.2.	1.	Лаудон К.К., Лаудон Џ.П.	Менаџмент информациски системи	Арс Ламина	2010
		2.				
		3.				

Прилог бр.3.6		Предметна програма од прв циклус на студии			
1.	Наслов на наставниот предмет	Маркетинг			
2.	Код	БАС-11МАР			
3.	Студиска програма	Бизнис менаџмент; Маркетинг менаџмент			
4.	Организатор на студиската програма	Бизнис академија Смилевски – БАС, Скопје			
5.	Степен (прв, втор, трет циклус)	Прв циклус			
6.	Академска година / семестар	Прва година	Втор семестар	Број на ЕКТС кредити	8
8.	Наставник	Проф. д-р Маја Кузмановска Виш. пред. д-р Дијана Ивановска Пржо			
9.	Предуслови за запишување на предметот	/			
10.	Цели на предметната програма (компетенции): 1. Разбирање на маркетинг концептот и ставање на потрошувачот во фокусот на вниманието; 2. Совладување на различни пристапи кон потрошувачите и одговарање на ефикасен и ефективен начин според нивните желби и потреби; 3. Идентификување на сите фактори во окружувањето и искористување на можностите кои ќе влијаат на градење силни врски со потрошувачите; 4. Градење на адекватна конкурентна стратегија преку интегрирана маркетинг програма со помош на добра комбинација на маркетинг инструментите кои ќе ја претворат оваа стратегија во вредност за потрошувачите; 5. Создавање на бренд кој силно ќе се позиционира во свеста на потрошувачите и со тек на време истите ќе ги претвори во лојални „партнери“; 6. Развивање на ценовна политика; 7. Способност за градење успешна комуникациска стратегија со моменталните и потенцијалните потрошувачи;				
11.	Содржина на предметната програма: 1. Маркетинг концепт 2. Анализа на маркетинг окружување и истражување на пазарот 3. Однесување на потрошувачите 4. Стратегиско планирање и конкурентни маркетинг стратегии 5. Сегментирање на пазарот 6. Производ 7. Развој на нов производ и стратегии за животен циклус на производот 8. Цена 9. Промоција и дистрибуција 10. Маркетинг предизвици во 21 век				
12.	Методи на учење: 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.				
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		24	
		16.2.	Самостојни задачи		15	
		16.3.	Домашно учење - задачи		132	
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 (бодови/ 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				
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.	Кочоска М., Дамевска Д.	Маркетинг – теорија и практика	Бизнис академија Смилевски Бас, Скопје	2017
		2.				
		3.				
	22.2.	Дополнителна литература				
Ред. број		Автор	Наслов	Издавач	Година	

		1.	Котлер Ф., Армстронг Г.	Принципи на маркетинг	Академски печат, Скопје	2010
		2.	Blythe J.	Essentials of marketing	Pearson Education Limited, England	2005
		3.	Perreault W., McCarthy J.	Basic Marketing, A global managerial approach	McGraw Hill Irwin	2002

Прилог бр.3.7		Предметна програма од прв циклус на студии			
1.	Наслов на наставниот предмет	Грижа и однесување со корисници			
2.	Код	БАС-11ГОК			
3.	Студиска програма	Бизнис менаџмент, Маркетинг менаџмент			
4.	Организатор на студиската програма	Бизнис академија Смилевски – БАС, Скопје			
5.	Степен (прв, втор, трет циклус)	Прв циклус			
6.	Академска година / семестар	Прва година	Втор семестар	Број на ЕКТС кредити	7
8.	Наставник	Проф. д-р Маја Кузмановска			
9.	Предуслови за запишување на предметот	Основи на маркетинг			
10.	Цели на предметната програма (компетенции): - Разбирање на маркетингот насочен кон корисниците; - Разбирање на однесувањето и грижата со корисниците - Разбирање на процесот на донесување на одлуки при купување и видовите на одлуки за купување; - Согледување на факторите кои влијаат врз однесувањето на корисниците; - Развивање на способност за градење и одржување на успешни односи и врски со потрошувачите; - Согледување на профилот на корисниците денес; - Разбирање на процесот на интегрирано комуницирање со корисниците; - Разбирање на стратегиите за однесување и грижа кон корисниците; - Согледување на потрошувачка и посткуповни оценки на корисниците; - Согледување на придобивките од односите и грижата со корисниците; - Развивање на способност за управување со „тешки ситуации“; - Развивање на способност за комуницирање со „тешки потрошувачи“; - Развивање на способност за справување со рекламации и приговори на потрошувачите; - Разбирање на стратегиите за грижа на потрошувачите на Е-пазарот;				
11.	Содржина на предметната програма: - Маркетинг насочен кон корисниците - Фактори кои влијаат врз однесувањето на корисниците - Проучување на однесувањето на корисниците - Процес на интегрирано комуницирање со корисниците - Процес на донесување на одлуки за купување - Развивање на стратегија за односите со корисниците-порака - Управување на односите со корисниците - Избирање на стратегија за грижа на потрошувачите - Револуција на Е-трговијата				

	10. Придобивки од однесувањето со корисниците					
12.	Методи на учење: 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.					
13.	Вкупен расположив фонд на време		7ЕКТС * 27 = 189 часови			
14.	Распределба на расположивото време		24+24+141=189 часови (2+2)			
15.	Форми на наставните активности	15.1.	Предавања - теоретска настава.			24
		15.2.	Вежби (лабораториски, аудиториски), семинари, тимска работа.			24
16.	Други форми на активности	16.1.	Проектни задачи			24
		16.2.	Самостојни задачи			0
		16.3.	Домашно учење - задачи			117
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		Прифатен проектен извештај по предметот			
20.	Јазик на кој се изведува наставата		Македонски			
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.	Блеквел, Минијард, Енгел	Однесување на потрошувачите	Табернакул, Скопје	2010
		2.	Ивановска.П. Д Кузмановска.М.	Грижа и однесување со потрошувачите (компендиум)	Бизнис Академија Смилевски - БАС	2021
		3.				
	22.2.	Дополнителна литература				
		Ред. број	Автор	Наслов	Издавач	Година
		1.	Кристофер Лавок, Јохен Вирц.	Маркетинг на услуги - луѓе, технологија и стратегија	Ars Lamina	2012
		2.	Cook, S.	Customer care excellence: How to create an effective customer focus	Kogan Page Publishers	2010
		3.				

Прилог бр.3.8		Предметна програма од прв циклус на студии			
1.	Наслов на наставниот предмет	Организациско комуницирање			
2.	Код	БАС-11ОРК			
3.	Студиска програма	Бизнис менаџмент; Маркетинг менаџмент			
4.	Организатор на студиската програма	Бизнис академија Смилевски – БАС			
5.	Степен (прв, втор, трет циклус)	Прв циклус			
6.	Академска година / семестар	Прва година	Втор семестар	Број на ЕКТС кредити	7
8.	Наставник	Проф. д-р Даниела Карадаков Проф. д-р Гордана Тасевска			
9.	Предуслови за запишување на предметот	/			
10.	Цели на предметната програма (компетенции): - Разбирање на основните принципи на ефективната организациска комуникација; - Креирање на информации и нивно правилно пренесување на вработените во организацијата; Идентификување на можности и начини за пренос на информации во рамките на организацијата; - Разбирање и применување на категоризацијата на комуницирањето; - Користење на литературниот јазик и комуникациските фактори во секојдневното комуницирање во фирмата; - Ефективно користење на сите облици на писмено комуницирање; - Составување на квалитетна деловна документација; - Читање, толкување и изработка на разнвидни табели, графикони, шеми и слики; - Разбирање и објаснување на податоци нанесени на карти за различна намена; - Разбирање и толкување на невербални пораки; - Избегнување на контрадикторни пораки; - Користење на времето и просторот како медиуми за пренесување на пораки; - Елиминирање на интеркултурните разлики во комуницирањето; - Надминување на пречките во организациското комуницирање; - Развивање на вештини за соодветна електронска комуникација;				
11.	Содржина на предметната програма: 1. Сетирање на организациското учење 2. Вербално комуницирање 3. Визуелно комуницирање 4. Невербално комуницирање 5. Техники за ефективно комуницирање 6. Ситуации во организациското комуницирање 7. Пречки во комуницирањето 8. Други облици на комуницирање				
12.	Методи на учење: - Предавања – интерактивна настава; - Вежби; - Студии на случај; - Индивидуална и групна работа				

13.	Вкупен расположив фонд на време	7ЕКТС * 27 = 189 часови				
14.	Распределба на расположивото време	24+24+141=189 часови (2+2)				
15.	Форми на наставните активности	15.1.	Предавања - теоретска настава.		24	
		15.2.	Вежби (лабораториски, аудиториски), семинари, тимска работа.		24	
16.	Други форми на активности	16.1.	Проектни задачи		24	
		16.2.	Самостојни задачи		0	
		16.3.	Домашно учење - задачи		117	
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	Година
		1.	Георгиевски, Љ.	Организациско комуницирање	Бизнис академија Смилевски – БАС, Скопје	2013
	Дополнителна литература					

	22. 2.	Ред. број	Автор	Наслов	Издавач	Година
		1.	C. L Bovée, and J. V.Thill,	Business Communication Today	Pearson Education Ltd, London	2008
		2.	K. W. Davis,	Business Writing and Communication	McGrawHill, New York	2007
		3.	British Council, Ipsos Public Affairs, and Booz/Allen/Hamilton , (	Culture at work,The Value of Intercultural Skills in the workplace	British Council, London, (преземено од http://blog.britishcouncil.org)	2013

Прилог бр.3.9		Предметна програма од прв циклус на студии			
1.	Наслов на наставниот предмет	Основи на маркетинг менаџмент			
2.	Код	БАС-11ОММ			
3.	Студиска програма	Маркетинг менаџмент, Бизнис Менаџмент			
4.	Организатор на студиската програма	Бизнис академија Смилевски – БАС, Скопје			
5.	Степен (прв, втор, трет циклус)	Прв циклус			
6.	Академска година / семестар	Прва година	Прв семестар	Број на ЕКТС кредити	8
8.	Наставник	Проф. д-р Маја Кузмановска			
9.	Предуслови за запишување на предметот	Основи на маркетинг			
10.	Цели на предметната програма (компетенции): - Разбирање на основните теоретски гледишта за маркетингот и неговите димензии со можност за негова надоградба; - Развивање способност за критички осврт на развојот на маркетингот со посебен акцент на современиот пристап во работењето на бизнисот; - Анализа на практични примери со кои се сублимира знаењето од маркетингот во вештини потребни на пазарот на трудот со можност за нивна надградба; - Способност за примена на основни типови на маркетинг истражување. - Разбирање на основните механизми на пазарот и неговите димензии; - Здобивање со знаења за улогата на маркетинг миксот и неговата примена во практиката; - Разбирање на значењето на имплементацијата и контролата на базичните маркетинг програми; - Разбирање на значењето за одлуки кои се однесуваат на елементите на маркетинг миксот со можност за нивно надградување;				
11.	Содржина на предметната програма: - Поим и значење на маркетингот - Развивање на маркетинг стратегии и планови - Маркетинг окружување - Односи со потрошувачите и анализа на пазарите на потрошувачи - Сегментација на пазарот - Градење на бренд и негово позиционирање на пазарот - Стратегија на производ и услуга - Стратегија на определување на цените - Дизајнирање и управување со интегрирани маркетинг канали - Дизајнирање и управување со интегрирани маркетинг комуникации				
12.	Методи на учење: 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.				
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.		45	
		15.2.	Вежби (лабораториски, аудиториски), семинари, тимска работа.		30	
16.	Други форми на активности	16.1.	Проектни задачи		15	
		16.2.	Самостојни задачи		15	
		16.3.	Домашно учење - задачи		75	
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				
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.	Кочоска М., Дамевска Д.	Компендиум по маркетинг менаџмент	Бизнис академија Смилевски Бас, Скопје	2021
		2.	Кочоска М., Дамевска Д.	Маркетинг – теорија и практика	Бизнис академија Смилевски Бас, Скопје	2017
		3.	Филип Котлер, Кевин Лејн Келер	Маркетинг менаџмент	ДАТА ПОНС, Дооел, Скопје	2009
	22.2.	Дополнителна литература				

		Ред. број	Автор	Наслов	Издавач	Година
		1.	Vesna Milanovic – Golubovic	Marketing menadzment	Megatrend, Univerzitet primenenjih nauka, Beograd	2004
		2.				
		3.				

Прилог бр.3.10		Предметна програма од прв циклус на студии			
1.	Наслов на наставниот предмет	Организирање на настани			
2.	Код	БАС-12ОНН			
3.	Студиска програма	Бизнис менаџмент, Маркетинг менаџмент			
4.	Организатор на студиската програма	Бизнис академија Смилевски - БАС			
5.	Степен (прв, втор, трет циклус)	Прв циклус			
6.	Академска година / семестар	Втора година	Трет семестар	Број на ЕКТС кредити	7
8.	Наставник	Проф. д-р Даниела Карадаков Проф. д-р Гордана Тасевска			
9.	Предуслови за запишување на предметот	Слушан и положен предметот Маркетинг			
10.	Цели на предметната програма (компетенции): - Запознавање со основните елементи на организирање на настани; - Препознавање и разликување на разни видови на настани; - Развивање способности за организирање на настан; - Менаџирање на активности пред, за време и по настанот; - Развивање на способност и пронаоѓање на можности за справување со кризи кои се јавуваат во тек на настанот; - Евалуација на настан; - Развивање на компетенции во насока на дополнителни потреби во организирањето на настан: односи со јавност, маркетинг на настанот, спонзорство и логистика;				
11.	Содржина на предметната програма: 1. Иницијално планирање на настан 2. Видови и типови на настани 3. Рано планирање на настан 4. Детално планирање на настан 5. Финансиски план на настан 6. Маркетинг план на настан 7. Менаџирање на настан 8. Модерирање на настан 9. Администрација на настан 10. Евалуација на настан 11. Управување со ризици при организирање на настан				
12.	Методи на учење: - Предавања – интерактивна настава; - Вежби; - Студии на случај; - Индивидуална и групна работа;				
13.	Вкупен расположив фонд на време	7ЕКТС * 27 = 189 часови			
14.	Распределба на расположивото време	24+24+141=189 часови (2+2)			
15.	Форми на наставните активности	15.1.	Предавања - теоретска настава.		24
		15.2.	Вежби (лабораториски, аудиториски), семинари, тимска работа.		24

16.	Други форми на активности		16.1.	Проектни задачи		24
			16.2.	Самостојни задачи		0
			16.3.	Домашно учење - задачи		117
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	Година
		1.	Даниела Карадаков, Гордана Тасевска	Организирање на настани - компендиум	Бизнис академија Смилевски – БАС, Скопје	2010
		2.				
		3.				
	22.2.	Дополнителна литература				
		Ред. број	Автор	Наслов	Издавач	Година

		1.	F. Campbell, A. Robinson, S. Brown, P. Race	Essential Tips for Organizing Conferences & Events	Kogan Page, London	2003
		2.	J.Allen	Even Planning	Wiley, Canada	2009
		3.	/	Events Management: a practical guide	EventScotland, Skotland	2006
		4.	Bowdin, D., Mc Donnell, J. Allen, W. , O'Toole, R. Harris	Events Management	Great Britain, ElsevierLtd	2006

Прилог бр.3.11		Предметна програма од прв циклус на студии			
1.	Наслов на наставниот предмет	Математика за бизнис			
2.	Код	БАС-11МЗБ			
3.	Студиска програма	Бизнис менаџмент, Маркетинг менаџмент			
4.	Организатор на студиската програма	Бизнис Академија Смилевски – БАС Скопје			
5.	Степен (прв, втор, трет циклус)	Прв циклус			
6.	Академска година / семестар	Прва година	втор семестар	Број на ЕКТС кредити	7
8.	Наставник	Проф. д-р Лидија Стефановска			
9.	Предуслови за запишување на предметот	/			
10.	Цели на предметната програма (компетенции): • Примена на математиката во решавање на проблеми од областа на менаџирањето со организациите; • Развивање на способност за читање и разбирање математички содржини, податоци претставени на различни начини, дијаграми, табели, извештаи; • Развивање на способност за користење на математичка терминологија; • Стекнување способност за поврзување на различни математички дисциплини како и поврзување на математичките дисциплини со соодветни секојдневни ситуации; • Развивање на способност за примена на области од математика и нивна комуникација соодветна на менаџерските нивоа (директни подредени, менаџер, надворешни лица, клиенти, партнери и слично); • Развивање на способност за континуирано надградување на математичките знаења во функција на унапредување на менаџментот;				
11.	Содржина на предметната програма: 1. РЕАЛНИ БРОЕВИ 2. ПРОПОРЦИОНАЛНОСТ НА ВЕЛИЧИНИТЕ 3. ЛИНЕАРНИ РАВЕНКИ И НЕРАВЕНКИ 4. КОМБИНАТОРИКА 5. КАМАТА И ВИДОВИ КАМАТИ 6. РЕАЛНИ ФУНКЦИИ 7. СТАТИСТИЧКА МАТЕМАТИКА				
12.	Методи на учење: 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.				
13.	Вкупен расположив фонд на време	7ЕКТС * 27 = 189 часови			
14.	Распределба на расположивото време	24+24+141=189 часови (2+2)			
15.		15.1.	Предавања - теоретска настава.		24

	Форми на наставните активности		15.2.	Вежби (лабораториски, аудиториски), семинари, тимска работа.		24
16.	Други форми на активности		16.1.	Проектни задачи		24
			16.2.	Самостојни задачи		0
			16.3.	Домашно учење - задачи		117
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		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		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.	Стефановска Л., Стојчевска Т., Крстеска К.	Математика за бизнис – компендиум, Бизнис Академија Смилевски ревидирано издание;	Бизнис Академија Смилевски – БАС Скопје	2018
		2.				
		3.				
	22.2.	Дополнителна литература				
		Ред. број	Автор	Наслов	Издавач	Година

		1.	Elst V. H.	An Introduction to Business Mathematics	Karlshochschule International University	2015
		2.	Чианг Алафа Ц., Вејнрајт К.	Основни методи во економската математика	Превод на Владата на Р.С.М	2010
		3.	Томашевиќ Н.	Пословна математика	Београдска пословна школа	2011

Прилог бр.3.12		Предметна програма од прв циклус на студии			
1.	Наслов на наставниот предмет	Дигитален маркетинг			
2.	Код	БАС-11ДМА			
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	Втора година	Четврт семестар	Број на ЕКТС кредити	8
8.	Наставник	Виш. Пред. д-р Дијана Ивановска Пржо			
9.	Предуслови за запишување на предметот	Слушан и положен предметот: Маркетинг – менаџмент информациона системи, Маркетинг			
10.	Цели на предметната програма (компетенции): - Разбирање на основните маркетиншки концепти; - Разбирање на Е- маркетинг планот, Е – маркетинг стратегијата и нејзината имплементација; - Стекнување со знаења и вештини за начинот на Е – маркетинг истражувањето; - Сфаќање на однесувањето на интернет корисниците при донесувањето на одлуките за купување; - Користење на студии на случај за промените во Е - маркетинг практиките, интернетот и другите технологии.				
11.	Содржина на предметната програма: - Вовед во Е-маркетинг - Глобален Е- маркетинг - Е – маркетинг план - Е- маркетинг стратегија – B2B, B2C - Е- маркетинг истражување - Однесување на потрошувачите - Онлајн - Е- маркетинг менаџмент - Е- маркетинг комуникација - CRM (Customer Relationship Management)				
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.		15.1.	Предавања- теоретска настава.		45 часови

	Форми на наставните активности	15.2.	Вежби (лабораториски, аудиториски), семинари, тимска работа.		30	
16.	Други форми на активности	16.1.	Проектни задачи		15	
		16.2.	Самостојни задачи		15	
		16.3.	Домашно учење - задачи		75	
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	Година
		1.	Judy Strauss Raymond Frost	E-Marketing	Prentice Hall	2013
		2.				
		3.				
	22.2.	Дополнителна литература				
		Ред. број	Автор	Наслов	Издавач	Година

		1.	Кенет К. Лаудон, Карол Г. Травер	Електронска трговија	Арс Ламина	
		2.				
		3.				

Прилог бр.3.13		Предметна програма од прв циклус на студии			
1.	Наслов на наставниот предмет	Маркетинг истражување			
2.	Код	БАС-11МАИ			
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	Втора година	Четврт семестар	Број на ЕКТС кредити	7
8.	Наставник	Проф. д-р Лидија Стефановска			
9.	Предуслови за запишување на предметот	Слушани и положени предметите - Маркетинг - Маркетинг – менаџмент информациона системи			
10.	Цели на предметната програма (компетенции): - Запознавање со чекорите во процесот на истражување и основните методи за собирање на податоци; - Совладување на различни теории, принципи и концепции и нивна примена во практиката, преку студии на случај; - Практична примена на алатките за маркетинг истражување; - Користење на методите и формите за собирање на податоци; - Стекнување со знаења за најновите достигнувања од областа на информатиката како можност за маркетинг истражување; - Изработување на извештаи од спроведени истражувања.				
11.	Содржина на предметната програма: - Детерминирање на маркетинг истражувањето - Носители на маркетинг истражувањето - Тек на истражувачкиот процес - Дефинирање на проблемот - Истражувачки проект - Определување на карактерот на податоците и нивните извори - Методи и форми на собирање на податоци - Обработка и анализа на податоците - Извештај од спроведеното истражување - Применето истражување				
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+24+141=189 часови (2+2)			
15.	Форми на наставните активности	15.1.	Предавања - теоретска настава.			24
		15.2.	Вежби (лабораториски, аудиториски), семинари, тимска работа.			24
16.	Други форми на активности	16.1.	Проектни задачи			24
		16.2.	Самостојни задачи			0
		16.3.	Домашно учење - задачи			117
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		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		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;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, Н., & Башеска-Ѓорѓиевска, М.	Маркетинг истражување: Информативен инпут за маркетинг менаџментот, 3. издание	Економски факултет Прилеп	2008
		2.	Стефановска Л.	Водич за стратегиско планирање	Бизнис Академија Смилевски – БАС Скопје	2018
		3.	Charles W. Lamb, Joe F. Hair, Carl McDaniel	Essentials of Marketing	Cengage Learning	2008
	22.2.	Дополнителна литература				
		Ред. број	Автор	Наслов	Издавач	Година
		1.	Кумар В.	Меѓународно маркетинг истражување	Арс Ламина	2012
		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.	Стефановска Л., Солунчевски М.	Стратегиски менаџмент	Бизнис Академија Смилевски – БАС Скопје	2015

Прилог бр.3.14		Предметна програма од прв циклус на студии			
1.	Наслов на наставниот предмет	Односи со јавност			
2.	Код	БАС-11ОСЈ			
3.	Студиска програма	Бизнис Менаџмент, Маркетинг менаџмент			
4.	Организатор на студиската програма	Бизнис Академија Смилевски			
5.	Степен (прв, втор, трет циклус)	I (прв) циклус			
6.	Академска година / семестар	Втора година	Четврт семестар	Број на ЕКТС кредити	7
8.	Наставник	Пред.м-р Билјана Галовска			
9.	Предуслови за запишување на предметот	/			
10.	Цели на предметната програма (компетенции): - Развивање на вештини за менаџирање на односи со јавност во организациите; - Развивање на способност за употреба на методи и техники за менаџирање на односи со јавност; - Развивање на медиумска писменост во односи со јавност, способност за пристап, анализа и пренесување на информации; - Препознавање на целна јавност, двонасочно комуницирање, писмено и устно комуницирање со јавноста; - Развивање на вештини за менаџирање на односи со јавност во услови на кризни ситуации; - Развивање на вештини за лобирање; - Развивање на вештинин за менаџирање на односи со јавност преку стандардни и нови медиуми; - Согледување на етички и нормативни односи со јавност во практиката;				
11.	Содржина на предметната програма: 1. Поим, функција и опфат на односи со јавност во организациите 2. Интерни и екстерни односи со јавност во организациите 3. Медиумска писменост и борба против „лажни вести“ 4. Менаџирање на медиумски план, препознавање на целна јавност и пристап 5. Методи на односи со јавност - Соопштенија за средствата за јавно информирање, Прес конференции, Прес пакети, Медиумска кампања 6. Менаџирање на односи со јавност преку стандардни медиуми (печат, радио и телевизија) и нови медиуми 7. Јавен настап, план подготовка, борба против страв од јавен настап 8. Менаџирање на односи со јавност во кризни ситуации, ПР-мерки, евалуација на ПР-план 9. Мерење на односи со јавност – Квантитативно и квалитативно мерење на односи со јавност во организациите 10. Улогата на односите со јавност во портретирањето и градењето имиџ на организацијата 11. Етички пристап во односите со јавност и нормативи во практика;				
12.	Методи на учење: 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.				

13.	Вкупен расположив фонд на време	7ЕКТС * 27 = 189 часови				
14.	Распределба на расположивото време	24+24+141=189 часови (2+2)				
15.	Форми на наставните активности	15.1.	Предавања - теоретска настава.		24	
		15.2.	Вежби (лабораториски, аудиториски), семинари, тимска работа.		24	
16.	Други форми на активности	16.1.	Проектни задачи		24	
		16.2.	Самостојни задачи		0	
		16.3.	Домашно учење - задачи		117	
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	Успешно завршени обврски во точка 17.2. и 17.3				
20.	Јазик на кој се изведува наставата	македонски				
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.	Танушевски М.,	1. Односи со јавност, комуницирање, лобирање		2011

		2.				
		3.				
	22.2.	Дополнителна литература				
		Ред. број	Автор	Наслов	Издавач	Година
		1.	Black Sam	The Essentials of Public Relations	CLIO, Belgrade	2003
		2.	Миронски Ј.	Односи со јавност и медиуми	Дијалог	2010
		3.	Bernays E	Public Relations	MA: Bellman Publishing Company	

Прилог бр.3.15		Предметна програма од прв циклус на студии			
1.	Наслов на наставниот предмет	Бренд менаџмент			
2.	Код	БАС-11БМЕ			
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	Трета година	Пети семестар	Број на ЕКТС кредити	7
8.	Наставник	Виш. пред. д-р Дијана Ивановска Пржо			
9.	Предуслови за запишување на предметот	Маркетинг менаџмент			
10.	Цели на предметната програма (компетенции): • Менаџирање со брендот како современи маркетинг менаџери. • Подготвување на ефикасно и ефективно менаџирање во процесот на градење на брендот и негово позиционирање на пазарот. • Анализирање на идентитетот на брендот во процесот на позиционирање преку креирање на долгорочна стратегија која ќе овозможи истиот да се пренесе од национално на глобално ниво; • Запознавање на сите аспекти на брендот како клуч на успешност во современи услови на работење; • Стекнување со знаења, вештини и способности за градење долгорочни стратегии во компаниите кои ќе придонесат да се изградат успешни и моќни брендови.				
11.	Содржина на предметната програма: 1. Бренд и значење на брендот (поим, видови, улога и значење на брендот) 2. Брендирање 3. Креирање на брендот 4. Стратешко управување со брендот 5. Стратегии за развој на брендот 6. Мерење на вредноста на брендот 7. Успеси на глобалните брендови				
12.	Методи на учење: 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.				
13.	Вкупен расположив фонд на време	7ЕКТС * 27 = 189 часови			
14.	Распределба на расположивото време	24+24+141=189 часови (2+2)			

15.	Форми на наставните активности	15.1.	Предавања - теоретска настава.			24
		15.2.	Вежби (лабораториски, аудиториски), семинари, тимска работа.			24
16.	Други форми на активности	16.1.	Проектни задачи			24
		16.2.	Самостојни задачи			0
		16.3.	Домашно учење - задачи			117
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		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		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.	Keller, K.L.	Branding and brand equity	Bart Weitz and Robin Wensley Sage Publicatio	2002
		2.	Rakita B. Mitrovic I.	Brend menadzment	Savremena administracija, Beograd	2007
		3.	Кевин Лејн Келер	Стратегиски бренд менаџмент	Ars Lamina	2013
	22.2.	Дополнителна литература				

		Ред. број	Автор	Наслов	Издавач	Година
		1.	Veljkovic S.	Brend menadzment u savremenim trzishnim uslovima	CID, Ekonomski fakultet, Beograd	2010
		2.	Keller K.L.	Strategic brand management – building, measuring and managing brand equity, 2 nd edition	Prentice Hall, New Jersey	2003
		3.				

Прилог бр.3.16		Предметна програма од прв циклус на студии			
1.	Наслов на наставниот предмет	Дигитални бизнис модели			
2.	Код	БАС-11ДБМ			
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	Трета година	Пети семестар	Број на ЕКТС кредити	7
8.	Наставник	Проф. д-р Лидија Стефановска Виш. пред. м-р Горазд Смилевски			
9.	Предуслови за запишување на предметот	/			
10.	Цели на предметната програма (компетенции): - Сфаќање на потребата за дигитална трансформација, како промена за одржување на конкурентска предност; - Стекнување знаења за дефинирање, обликување и дизајнирање на работењето на организацијата во опкружувањето, преку деловен модел кој подразбира систематски начин на остварување долгорочната вредност за организацијата и специфична вредност за клиентите; - Стекнување знаења за практична примена на Бизнис моделот Канвас како флексибилна алатка која постојано може да се унапредува и иновира; - Совладување на различни теории и концепти, за дигитални бизнис модели, како и нивна примена во практиката, преку студии на случај; - Разбирање на опкружувањето во кое функционира организацијата и стратегијата на дигиталниот бизнис модел; - Разбирање на чекорите за дизајнирање нов дигитален бизнис модел; - Практична примена на знаењето преку решавање на проблемски студии на случај;				
11.	Содржина на предметната програма: - Дигитална трансформација; - Бизнис модел – генеза на концептот; - Модел Канвас (Business Model Canvas); - Видови дигитални бизнис модели; - Стратегија на дигиталниот бизнис модел; - Чекор по чекор до новиот дигитален бизнис модел.				
12.	Методи на учење: Предавања со користење на ppt презентации (користење на опрема и софтверски пакети), интерактивни предавања, работа во тим или група на илустративна и проблемска и студии на случај, самостојна изработка и одбрана на проектни извештаи.				
13.	Вкупен расположив фонд на време	7 ЕКТС * 27 = 189 часови			

14.	Распределба на расположивото време	24+24+141=189 часови (2+2)				
15.	Форми на наставните активности	15.1.	Предавања - теоретска настава.		24	
		15.2.	Вежби (лабораториски, аудиториски), семинари, тимска работа.		24	
16.	Други форми на активности	16.1.	Проектни задачи		24	
		16.2.	Самостојни задачи		0	
		16.3.	Домашно учење - задачи		117	
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	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	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.	Стефановска Л; Смилевски Г.,	Компендиум по дигитални бизнис модели	БАС	Во изработка
		2.	Andric K., Nešic S., Šaranovic J., Đorđević Đ.,	Priručnik za kreiranje digitalnog poslovnog modela	USAID ICT HUB Empovering Innovation	2020

		3.	David L. Rogers	The Digital Transformation Playbook: Rethink your Business for the Digital Age	Columbia University Press	Year: 2016
	22.2.	Дополнителна литература				
		Ред. број	Автор	Наслов	Издавач	Година
		1.	Osterwalder A., Pigneur Y.,	Business Model Generation	John Wiley & Sons Inc.	2010
		2.	Otola I., Grabowska M.	Business Models: Innovation, Digital Transformation, and Analytics	Auerbach Publications	2020
		3.				

Прилог бр.3.17		Предметна програма од прв циклус на студии			
1.	Наслов на наставниот предмет	Социјални медиуми			
2.	Код	БАС-11СМЕ			
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	Трета година	Петти семестар	Број на ЕКТС кредити	7
8.	Наставник	Проф. д-р Маја Кузмановска			
9.	Предуслови за запишување на предметот	Маркетинг			
10.	Цели на предметната програма (компетенции): 5. Градење на јасна слика за различни аспекти и специфичности на комуникацијата на социјалните мрежи; 6. Споредување на различни начини на комуницирање на социјалните мрежи во однос на другите комуникациски процеси и како тие разлики имаат влијание во процесот на донесување одлуки за купување; 7. Запознавање со различни социјални мрежи, online заедници, платформи за размена на содржина и нивното влијание на комерцијалните процеси; 8. Анализирање на социјалните мрежи преку презентација на успешни и неуспешни примери. 9. Следење и мерење на ефектите на маркетинг кампањи на социјалните мрежи				
11.	Содржина на предметната програма: - Вовед во маркетинг на социјалните мрежи - Клучни алатки и апликации - Стратегија на кампањи на социјалните мрежи - Кризно комуницирање по пат на социјалните мрежи - Други форми на онлајн интеракција, - Анализата на сопствени социјални мрежи - Применливост на новите социјални медиуми.				
12.	Методи на учење: 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				
13.	Вкупен расположив фонд на време	7ЕКТС * 27 = 189 часови			
14.	Распределба на расположивото време	24+24+141=189 часови (2+2)			
15.		15.1.	Предавања - теоретска настава.		24

	Форми на наставните активности		15.2.	Вежби (лабораториски, аудиториски), семинари, тимска работа.		24
16.	Други форми на активности		16.1.	Проектни задачи		24
			16.2.	Самостојни задачи		0
			16.3.	Домашно учење - задачи		117
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		Прифатен проектен извештај по предметот			
20.	Јазик на кој се изведува наставата		Македонски			
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.	By David Easley and Jon Kleinberg	Networks, Crowds, and Markets Reasoning About a Highly Connected World	Cambridge University Press	2010

		2.	Guy Kawasaki, Peg Fitzpatrick	The Art of Social Media: Power Tips for Power Users	LLC	2014
		3.				
		Дополнителна литература				
	22.2.	Ред. број	Автор	Наслов	Издавач	Година
		1.	Charu C. Aggarwal	Social Network Data Analytics	Springer	2011
		2.				
		3.				

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): • 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: • 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) (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	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.				

Прилог бр.3.19		Предметна програма од прв циклус на студии			
1.	Наслов на наставниот предмет	Стартирање на нов бизнис			
2.	Код	БАС-12СНБ			
3.	Студиска програма	Бизнис менаџмент, 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, виш пред. м-р Горазд Смилевски			
9.	Предуслови за запишување на предметот	Слушан и положен предметот Вовед во бизнис			
10.	Цели на предметната програма (компетенции): • Разбирање на суштината на бизнисот; • Знаење на начините на започнување на бизнис; • Разбирање на постапката за регистрирање на фирма; • Познавање на факторите на локација; • Умешност во анализа на потребните финансиски средства з обезбедување на основни и обртни средства за бизнисот; • Знаење за формите за организирање на трговските друштва; • Знаења за замките и проблемите во бизнисот; • Стекнување на способност за справување со конкуренцијата; • Развива способност за пронаоѓање на добавувачи; • Развива способност за задржување на клиентите; • Способност за справување со кризни ситуации; • Разбирање на поддршката која ја даваат одредени институции за поддршка на претприемништвото; • Изготвување на бизнис план.				
11.	Содржина на предметната програма: 1. Акционо планирање 2. Избор и обезбедување на локација за бизнисот 3. Избор и дефинирање на односите во правниот облик на бизнисот 4. Постапка за регистрација на фирма 5. Обезбедување основни и обртни средства 6. Доаѓање до и задржување на човечките ресурси 7. Привлекување и задржување на клиенти 8. Институции за поддршка на малиот бизнис и претприемништвото; 9. Наоѓање добавувачи и справување со конкуренцијата; 10. Кризен менаџмент				
12.	Методи на учење: 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				
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) (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		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		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.	Група автори	Стартирање на нов бизнис – компендиум,	Бизнис Академија Смилевски – БАС Скопје	2015
		2.	Маркман М.	Започнете сопствен бизнис	Арс Ламина, Скопје;	2013
		3.				
22.2.	Дополнителна литература					

		Ред. број	Автор	Наслов	Издавач	Година
		1.	Кралев Т., Кралева Н.	Како да основам и управувам сопствен бизнис	Тримакс, Скопје, Македонија	2014
		2.	Џонсон Р.	Перфектен бизнис план	ИКОНА Скопје	2009
		3.				

Прилог бр.3.20		Предметна програма од прв циклус на студии			
1.	Наслов на наставниот предмет	Претприемаштво			
2.	Код	БАС-12ПРЕ			
3.	Студиска програма	Бизнис менаџмент, 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 Таип Јакупи, проф. д-р Лидија Стефановска виш пред. м-р Горазд Смилевски,			
9.	Предуслови за запишување на предметот	/			
10.	Цели на предметната програма (компетенции): 1. Разбирање на суштината на претприемаштвото; 2. Способност за проценка на бизнис идеи; 3. Разбирање на суштината за организирање, менаџирање и развивање на сопствен бизнис; 4. Способност за идентификување на извори за финансирање; 5. Разбирање на типовите водство и нивното значење во претприемаштвото; 6. Разбирање на предизвиците на семејните бизниси 7. Способност за креирање на претприемачка организациска стратегија; 8. Разбирање на кариерните можности во претприемаштвото; 9. Развивање на способност за проценка на алтернативните можности за бизнис (купување на постоечки бизнис, франшиза и сл.) 10. Разбирање на улогите на претприемачот; 11. Развивање на способност за креирање на претприемачки идеи; 12. Разбирање на процесот на планирање како составен дел од претприемачките потфати; 13. Разбирање на бизнис планот како основа за реализација на одредена претприемачка идеа.				
11.	Содржина на предметната програма: 1. М-1 Природа и значење на претприемаштвото 2. М-2: Претприемачот - неговите улоги и карактеристики во успехот на претприемачкиот потфат 3. М-3: Сонувачот и сонот (Генерирање на претприемачки идеи) 4. М-4:Мислителот и визијата (Осмислување на претприемачкиот потфат) 5. М-5 Раскажувачот и намерата 6. М-6 Семејни бизниси и нивна сукцесија на наредната генерација 7. М-7 Водачот и мисијата: 8. М- 7 Водачот и мисијата: 9. М-8 Кариерни можности во претприемаштвото				
12.	Методи на учење: 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				

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) (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		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		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.	Мајкл Е. Гербер,	Будење на претприемачот во себе: Како обичните луѓе можат да создадат извонредни компании,	Бизнис Академија Смилевски – БАС Скопје	2009
		2.	Секстон Д., Аптон Н.Б., Смилевски Ц., Јанкоски Д.	Претприемаштво	ДЕТРА Центар Скопје	1994
		3.				
	22.2.	Дополнителна литература				
		Ред. број	Автор	Наслов	Издавач	Година
		1.	Кралева Н.	Претприемаштво	ТРИМАКС	2014
		2.	Шуклев Б	Менаџмент на мал бизнис	Економски факултет Скопје	2003
		3.	Пандев Д.	Водич за претприемништво и мал бизнис	Економски институт Скопје	2000

Прилог бр.3.21		Предметна програма од прв циклус на студии			
1.	Наслов на наставниот предмет	Иновации и интра-претприемаштво			
2.	Код	БАС-12ИИП			
3.	Студиска програма	Бизнис менаџмент, 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 Таип Јакупи, виш пред. м-р Горазд Смилевски,			
9.	Предуслови за запишување на предметот	/			
10.	Цели на предметната програма (компетенции): - Разбирање на важноста на интрапретприемаштвото во вкупниот развој на организацијата; - Стекнување со знаења за важноста на иновациите и стекнување на конкурентска предност на компанијата; - Идентификување на можностите за иновации и подоборувања во организацијата; - Трансформирање на можностите за иновации во нови комерцијални продукти или продажни канали и нови пазари; - Осознавање на важноста на иновациите и креативноста во процесот на развој на нови производи и услуги, претприемчивост и стратегии за градење на нови деловни потфати; - Менаџирање со фазите на интра-претприемаштвото.				
11.	Содржина на предметната програма: - Основни концепти и важност на иновациите - претприемаштво и интрапретприемаштво - Иновации и иновативност и видови на иновации - Креативно размислување и извори на иновативни импулси - Менаџерски алатки за иновација - Организацискииновативенсистем - Фази на интрапретприемаштвото - Процес на организациска претприемчивост - Стратегија и планирањена иновативниот процес - Менаџирање на иновативен претприемачки процес - Технички развој на иновацијата - Евалуација и заокружување на концептот - Модел на менаџирање на иновацијата - Однос на стратегијата и иновативниот процес				
12.	Методи на учење: 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.				
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) (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		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		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.	Марковска М.	Иновации и интрапретприема штво, Компендиум	Бизнис Академија Смилевски – БАС Скопје	2010

		2.	Поленакоски Р., Марковска М.	Иновациски менаџмент - Основи за постигнување на конкурентска предност,	НЦРИПУ-принт, 2013	2013
		3.				
	22.2.	Дополнителна литература				
		Ред. број	Автор	Наслов	Издавач	Година
		1.	Гибсон Р., Скарзински П.	Иновација до корен Нацрт план за подигнување на креативноста во вашата компанија	ПАБЛИШЕР	2009
		2.	Кралева Н.	Претриемаштво	ТРИМАКС	2014
		3.				

Прилог бр.3.22		Предметна програма од прв циклус на студии			
1.	Наслов на наставниот предмет	Маркетинг на услуги			
2.	Код	BAS-12МНУ			
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): - 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: - 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	Година

		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.	Maria Johann	Services Marketing	Warsaw school of economics	2015
		3.				

Прилог бр.3.23		Предметна програма од прв циклус на студии			
1.	Наслов на наставниот предмет	Менаџерска етика и протокол			
2.	Код	БАС-12МЕП			
3.	Студиска програма	Маркетинг менаџмент			
4.	Организатор на студиската програма	Бизнис академија Смилевски – БАС			
5.	Степен (прв, втор, трет циклус)	Прв циклус			
6.	Академска година / семестар			Број на ЕКТС кредити	7
8.	Наставник	Проф. д-р Гордана Тасевска Пред. м-р Билјана Галовска			
9.	Предуслови за запишување на предметот	/			
10.	Цели на предметната програма (компетенции): - Разгледување на улогата на етиката и основните етички вредности; - Подучување и подигнување на моралните стандарди; - Препознавање и креирање на етички кодекси; - Менаџирање на деловната етика; - Согледување на процесот на одредување и оспособување на ресурси за менаџирање на етичкото однесување; - Согледување на улогата и важноста на деловниот протокол; - Применување на правила за успешно претставување и соодветно ракување и поздравување; - Спознавање на правилата за професионално облекување; - Разбирање на правилата за однесување и сместување при деловно патување; - Спознавање на правилата за комуницирање и однесување во индиректната комуникација; - Разбирање на правилата за поставување, ракување и однесување со прибор за јадење; - Согледување на процесот на пречекување, поздравување, седење и однесување со гости; - Спознавање на правилата за однесување за време на настани; - Спознавање на правилата за подарување во деловниот свет; - Согледување на правилата за однесување на улица; - Разбирање на мултикултурните разлики во деловниот свет;				
11.	Содржина на предметната програма: - Поим, суштина и дефинирање на етиката во општественото однесување - Функција, третман и развој на деловната етика; - Професионална етика; - Креирање на етичка структура во организациите - Етиката, менаџерите и бизнисот - Поим и суштина на деловниот протокол - Формирање на прв впечаток - Професионално облекување - Деловен протокол при патување - Протокол во индиректна комуникација - Поставување, ракување и однесување со прибор за јадење				

	12. Гости 13. Протокол за време на деловни состаноци, настани и други собири 14. Подароци во деловниот свет 15. Однесување на улица 16. Мултикултурни разлики во протоколот			
12.	Методи на учење: • Предавања – интерактивна настава; • Вежби; • Студии на случај; • Индивидуална и групна работа			
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	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	Квалитетот на наставата се следи преку неколку механизми: • Редовна или вонредна (по потреба) семестрална евалуација на изведбата на наставникот и квалитетот на наставата од страна на студентите; • Редовна или вонредна (по потреба) семестрална евалуација на изведбата на наставникот и квалитетот на наставата од страна на менаџментот; • 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			

	22.1.	Задолжителна литература				
		Ред. број	Автор	Наслов	Издавач	Година
		1.	Карадаков Д.	Деловен протокол – компендиум	Бизнис академија Смилевски – БАС, Скопје	2014
		2.	Борота – Поповска, М.	Деловна етика	Скопје	2004
		3.				
	22.2.	Дополнителна литература				
		Ред. број	Автор	Наслов	Издавач	Година
		1.	Темков, К.	Професионална етика	Кавадарци	2011
		2.	Miljevic, M.,	Poslovna etika I komuniciranje	Univerzitet Singidunum, Beograd	2010
		3.	Mesquita, A,	Poslovni bonton	Projekt InterCom, Ekonomska sola, Visja strokovna sola, Novo mesto, Slovenia	2009

Прилог бр.3.24		Предметна програма од прв циклус на студии			
1.	Наслов на наставниот предмет	Менаџирање со верига на набавки			
2.	Код	БАС-12МВН			
3.	Студиска програма	Бизнис менаџмент, 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 Соклевски Тони Пред. м-р Ѓорѓиевски Иван			
9.	Предуслови за запишување на предметот	Слушан и положен предметот Основи на менаџмент.			
10.	Цели на предметната програма (компетенции): • Препознавање и разбирање на веригата на набавки; • Дизајнирање и менаџирање со веригата на набавки; • Менаџирање со материјалните, информациските и финансиските текови во организациите; • Дизајнирање на стратегиите за логистика; • Имплементирање на логистичките планови и стратегии; • Менаџирање со физичката дистрибуција; • Менаџирање со залихите; • Софтверски решенија за работа со верига на набавки;				
11.	Содржина на предметната програма: 1. Поим за менаџирање со верига на набавки 2. Менаџирање со глобални вериги на набавки 3. Дизајнирање и планирање на веригата на набавки 4. Менаџмент со залихи (LEAN) 5. Навремен и флексибилен менаџмент со набавки (AGILE) 6. Соработка со добавувачи 7. Идни предизвици за веригите на набавки				
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.		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) (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	Година
		1.	Ѓорѓиевски И., Соклевски Т	Менаџирање со веригата на набавки, Компендиум	БАС, Скопје	2018
		2.				
		3.				
	22.2.	Дополнителна литература				
		Ред. број	Автор	Наслов	Издавач	Година
		1.	Dawei L	Fundamentals of Supply Chain Management	Ventus Publishing ApS	2011

		2.	Carter P.L., et all	Succeeding in a Dynamic World: Supply Management in the Decade Ahead	Institute for Supply management and W.P.Carey School of Business at Arizona State University	2007
		3.	Чејс Р. Б., Џајкобс Р. Ф., Аквилано Н. Ј.	Оперативен менаџмент: за конкурентска предност	Ars Lamina	2011

Прилог бр.3.25		Предметна програма од прв циклус на студии			
1.	Наслов на наставниот предмет	Основи на проектен менаџмент			
2.	Код	БАС-12ОПМ			
3.	Студиска програма	Бизнис менаџмент, 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 Соклевски Тони			
9.	Предуслови за запишување на предметот	Слушан и положен Основи на менаџмент.			
10.	Цели на предметната програма (компетенции): - Разбирање на проектите и нивните карактеристики; - Препознавање на важноста на проектите и нивните цели; - Дефинирање и препознавање на животните циклуси на проектите; - Демонстрирање на техники поврзани со фазите на развој на проектниот менаџмент; - Дефинирање на проектни цели, активности, ресурси, индикатори, временска и буџетска рамка, мерки на контрола и набљудување; - Анализирање на резултати и мерење на остварени цели; - Препознавање за потенцијални можности за влијание во општеството или околината преку планирање на проекти; - Дизајнирање и реализација на ефективни проекти; - Составување на логичка рамка; - Користење на техники, алатки и методи за управување, развој и контрола на проекти; - Анализа, одбирање и споредување на можности за фондирање на проектни активности.				
11.	Содржина на предметната програма: 1. Поим за проект и проектен менаџмент 2. Проектни фази 3. Пристап на логичка рамка 4. Генерирање на фондови				
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					
		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	Година
		1.	Соклевски Т.,	Основи во проектниот менаџмент, Компендиум	БАС, Скопје	2011

		2.				
		3.				
	22.2.	Дополнителна литература				
		Ред. број	Автор	Наслов	Издавач	Година
		1.	Jovanović P	Upravljanje projektom	ФОН, БЕОГРАД	2008
		2.	Kerzner H.	Applied project management: Best practices on Implementation	John Wiley & Sons	2003
		3.	Чејс Р. Б., Џајкобс Р. Ф., Аквилано Н. Ј.	Оперативен менаџмент: за конкурентска предност	ARS LAMINA	2011

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): - 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: - 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) (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	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.				

Прилог бр.3.27		Предметна програма од прв циклус на студии				
1.	Наслов на наставниот предмет	Основи на стратешки менаџмент				
2.	Код	БАС-12ОСМ				
3.	Студиска програма	Бизнис менаџмент, 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 Виш. пред. м-р Горазд Смилевски				
9.	Предуслови за запишување на предметот	Слушан и положен предметот Основи на менаџмент				
10.	Цели на предметната програма (компетенции): • развивање на способноста кај студентите да се мисли стратешки во однос на деловната организација, нејзината деловна позиција и можностите за остварување на одржлива конкурентска предност; • разбирање на фазата имплементација, како фаза од стратешкиот менаџмент; • способност за препознавање и решавање на главните прашања, проблеми, предизвици, фрустрации и реалности вклучени во процесот на имплементација на организациските стратегии; • разбирање на четирите фактори за стратешка имплементација (организациска култура, организациска структура, контрола и водство); • способност за проценка на факторите во процесот на стратешка имплементација и важноста од преземијето активности за нивна синхронизација со стратешкиот план и целите во него; • способност за менаџирање на човечките ресурси во насока на имплементација на организациската стратегија, со посебен акцент на нивната посветеност и организациско однесување; • можност на студентите да ги интегрираат нивните аналитички таленти и стекнатото знаење во идентификацијата, анализата и развој на активности за стратешка имплементација;					
11.	Содржина на предметната програма: 1. Поим и суштина на стратешкиот менаџмент 2. Стратешка имплементација 3. Организациската култура и структура како фактори за стратешка имплементација 4. Стратешка контрола 5. Водачот како фактор за стратешка имплементација					
12.	Методи на учење: 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.					
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) (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	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	- Редовна или вонредна (по потреба) семестрална евалуација на изведбата на наставникот и квалитетот на наставата од страна на студентите; - Редовна или вонредна (по потреба) семестрална евалуација на изведбата на наставникот и квалитетот на наставата од страна на менаџментот; - 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					
	22.1.	Задолжителна литература				
		Ред. број	Автор	Наслов	Издавач	Година
		1.	Стефановска Л.	Основи на стратегиски менаџмент	Бизнис Академија Смилевски – БАС Скопје	2014
		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.				
	22.2.	Дополнителна литература				

		Ред. број	Автор	Наслов	Издавач	Година
		1.	Стефановска Л., Солунчевски М.	Стратегиски менаџмент	Бизнис Академија Смилевски – БАС Скопје	2015
		2.	Hill C. W., Jones G. R.	Strategic Management: An Integrated Approach	Boston: Houghton Mifflin Company	2001
		3.				

Прилог бр.3.28		Предметна програма од прв циклус на студии			
1.	Наслов на наставниот предмет	Основи на стратегиски маркетинг			
2.	Код	БАС-12ОМА			
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 Вовед во микроекономија			
10.	Цели на предметната програма (компетенции): - Совладување на изворите на конкурентска предност и создавање вредност за потрошувачите со цел истите да ги претворат во задоволни и лојални потрошувачи; - Поврзување на фазите и процесот на планирање на маркетинг активности во еден сеопфатен стратегиски маркетинг план; - Сфаќање на улогата на маркетинг стратегиите и нивната примена; - Согледување на атрактивноста на пазарот и да ја идентификуваат конкуренцијата со цел полесно да се позиционираат; - Одржување на балансот во асортиманот преку стратегиски пристап при развојот на нови производи; - Осознавање на улогата и вредноста на брендот; - Одржување и зголемување на пазарното учество; - Применување на стратегискиот пристап при сегментација на пазарот; - Применување на стратегиите на диференцирање на понудата кои ќе овозможат подобро стратегиско позиционирање на пазарот; - Користење на алатките за стратегиското позиционирање на меѓународните пазари.				
11.	Содржина на предметната програма: - Вовед во Е-маркетинг - Глобален Е- маркетинг - Е – маркетинг план - Е- маркетинг стратегија – B2B, B2C - Е- маркетинг истражување - Однесување на потрошувачите - Онлајн - Е- маркетинг менаџмент - Е- маркетинг комуникација - CRM (Customer Relationship Management)				
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
	17.2.	Индивидуална работа/ проект (презентација: писмена и усна)				20
	17.3.	Активност и учество				30
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: - Редовна или вонредна (по потреба) семестрална евалуација на изведбата на наставникот и квалитетот на наставата од страна на студентите; - Редовна или вонредна (по потреба) семестрална евалуација на изведбата на наставникот и квалитетот на наставата од страна на менаџментот; - 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					
	22.1.	Задолжителна литература				
		Ред. број	Автор	Наслов	Издавач	Година

		1.	Трајче Мицески	Стратегиски маркетинг	Универзитет „Гоце Делчев“ Штип	2013
		2.	Маја Кузмановска Дијана Ивановска Пржо	Компендиум	БАС, Скопје	Во изработка
		3.				
	22.2.	Дополнителна литература				
		Ред. број	Автор	Наслов	Издавач	Година
		1.	Momcilo Milosavljevic	Strategiski marketing	Ekonomski fakultet, Beograd	2010
		2.				
		3.				

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): • Стекнување на потребни знаења од студиската програма по Интегрирани маркетинг комуникации; • Совладување на теоретските аспекти во процесот на комуникации, принципите и влијателните фактори; • Градење на критички осврт на развојот на маркетинг комуникациите; • Сублимирање на знаењето во вештини потребни на пазарот на трудот; • Правилно користење на економската пропаганда; • Совладување на алатките за лична продажба и продажна промоција; • Користење на директниот и онлајн маркетингот.				
11.	Содржина на предметната програма: • Теоретски основи на комуникацијата • Процесот на комуникација • Принципи на комуникацијата • Фактори кои влијаат во комуникацијата • Маркетинг комуницирање • Поим и процес на маркетинг комуницирање • Задачи на маркетинг комуницирањето • Медиуми и средства за маркетинг комуницирање • Маркетинг комуникациски микс и негова ефективност • Економска пропаганда • Лична продажба • Продажна промоција • Публицитет и односи со јавноста • Директен и on-line маркетинг				
12.	Методи на учење:				

	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.					
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) (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			
21.	Метод на следење на квалитетот на наставата		Квалитетот на наставата се следи преку неколку механизми: 4. Редовна или вонредна (по потреба) семестрална евалуација на изведбата на наставникот и квалитетот на наставата од страна на студентите; 5. Редовна или вонредна (по потреба) семестрална евалуација на изведбата на наставникот и квалитетот на наставата од страна на менаџментот; 6. 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					
	22.1.	Задолжителна литература				
		Ред. број	Автор	Наслов	Издавач	Година

		1.	Савица Димитриеска	Маркетинг комуникации	Европски Универзитет, Скопје	2009
		2.	Galjina Ognjanov	Integrisane marketinshke komunikacije	Centar za izdavachka delatnost – Ekonomski fakultet, Beograd	2013
		3.				
	22.2.	Дополнителна литература				
		Ред. број	Автор	Наслов	Издавач	Година
		1.	Сузана Салаи, Иван Хегедиш, Александар Грубор	Маркетинг комуницирање	Економски факултет, Суботица	2007
		2.				
		3.				

Прилог бр.3.30		Предметна програма од прв циклус на студии			
1.	Наслов на наставниот предмет	Неурولينгвистичко програмирање во маркетингот			
2.	Код	БАС-11НЛП			
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	Пред. м-р Билјана Галовска			
9.	Предуслови за запишување на предметот	/			
10.	Цели на предметната програма (компетенции): - Да развијат комуникациски вештини преку користење на алати од НЛП методологијата (НЛП аксиоми, рапорт, калибрирање, сидрење, Мета прашања и хипнотички говор) - Да се стекне поголема сигурност во сопствените способности и да се дефинираат акции – матрица за НЛП фидбек, перцепција - Унапредување на комуникацијата и водење на успешни разговори и преговори - Свесно градење на почит и доверба со колегите, соработниците и клиентите - Стратегии за решавање на конфликти - Поставување и остварување на цели-атрактивни визији - Согледување на себе и другите од различни перспективи - Осознавање на начинот на кој другите донесуваат одлуки - Освестување на несвесните процеси и насочено управување - Да се подигне нивото на индивидуална свест				
11.	Содржина на предметната програма: 1. Историја и примена на неурولينгвистичкото програмирање (НЛП) 2. Појава, развој, дефинирање на поимот, како функционира, НЛП во работна пракса, моделирање 3. Вештини на комуникација 1: НЛП аксиоми, рапорт, калибрирање, сидрење 4. Вештини на комуникација 2: Мета прашања и хипнотички говор 5. Self-leadership Субмодалитети, фидбек, перцепција 6. Вредности и уверувања: Стратегии и промени 7. Атрактивни визији: Цели, ресурси и време 8. Лидерски стратегии: НЛН, метапрограми 9. Уметност на преговарање: Преговарање, тешки ситуации и рифреминг				
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 расположливата 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: - Редовна или вонредна (по потреба) семестрална евалуација на изведбата на наставникот и квалитетот на наставата од страна на студентите; - Редовна или вонредна (по потреба) семестрална евалуација на изведбата на наставникот и квалитетот на наставата од страна на менаџментот; - 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					
	22.1.	Задолжителна литература				
		Ред. број	Автор	Наслов	Издавач	Година

		1.	Dzozef O'Konor Dzon Sejmur	Uvod u NLP	Kontrast, Beograd	2017
		2.	Biljana Galovska	Компендиум во изработка	БАС	2022
		3.				
	22.2.	Дополнителна литература				
		Ред. број	Автор	Наслов	Издавач	Година
		1.	Tom Hopkins	How to master the art of selling Kako ovladati vestinom prodaje	Most- menadzment obuka system trening Finesa DOO	2003
		2.	Slavica Squire	NLP - U svakom uspehu mirodzija	MINDSTYLE DOO	2018
		3.				

Прилог бр.3.31		Предметна програма од прв циклус на студии			
1.	Наслов на наставниот предмет	Менаџмент на квалитет			
2.	Код	БАС-12МКВ			
3.	Студиска програма	Бизнис менаџмент, 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 Соклевски Тони Пред. м-р Ѓорѓиевски Иван			
9.	Предуслови за запишување на предметот	Слушан и положен предметот Основи на менаџмент.			
10.	Цели на предметната програма (компетенции): - Разбирање на главните филозофии и терминологија поврзани со менаџментот на квалитет; - Усвојување на концептите и принципите на менаџментот на квалитет; - Разбирање на стратегиите кои се користат во имплементирањето на менаџментот на квалитет; - Вештини за користење на статистиката во менаџментот на квалитет; - Поврзување на квалитетот и трошоците; - Развивање на тимски способности во менаџментот на квалитет; - Применување на алатки и техники кои се користат во менаџментот на квалитет; - Евалвација и оценка на менаџментот за квалитет; - Развивање на вештини за организација и имплементација на TQM; - Наоѓање на сопствени принципи и филозофии базирани врз сознанијата за менаџментот на квалитет и нивна употреба;				
11.	Содржина на предметната програма: 1. Вовед и краток преглед на менаџментот на квалитет 2. Менаџмент на вкупниот квалитет (TQM) 3. Менаџмент на процесите 4. Евалвација и оценка на менаџментот на квалитетот 5. Организација и имплементација на TQM 6. Алатки и методи за менаџмент на квалитетот				
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) (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	Година
		1.	Герасимовски К., Стамболиски В.	Менаџмент на квалитет	БАС, Скопје	2012
		2.				
		3.				
	22.2.	Дополнителна литература				
		Ред. број	Автор	Наслов	Издавач	Година

		1.	Дуковски В.	Менаџмент на квалитетот	УКИМ, МФ, Скопје	2003
		2.	Juran, T M	Quality Management Handbook	/	2002
		3.	Đurčić, Milan R	Menadzment kvaliteta	Fakultet za industrijski menadzment plus	2004

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): - Осознавање на важноста при процесот на сегментација на пазарите врз основа на претходно ефективно и ефикасно спроведено планирање - Создавање јасна слика за целиот процес на планирање низ сите негови фази како и имплементација на плановите - Разбирање на важноста на различните варијабли врз основа на кои се врши сегментацијата на пазарот поделени во неколку категории - Укажување на значењето на целиот пазар како резултат на направената сегментација и примена на добро избраната стратегија за настап.				
11.	Содржина на предметната програма: - Сегментација на пазарот – клуч за успех во маркетингот - Дефинирање на пазарот и предизвиците од аспект на компаниите - Планирањето и истражувањето како основа за сегментирање на бизнис пазарите - Процес на маркетингското планирање - Анализа на варијаблите за сегментација на пазарот - Дефинирање на купувачките навики - Имплементирање на стратегијата на сегментирање				
12.	Методи на учење: 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.				
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) (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	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	- Редовна или вонредна (по потреба) семестрална евалуација на изведбата на наставникот и квалитетот на наставата од страна на студентите; - Редовна или вонредна (по потреба) семестрална евалуација на изведбата на наставникот и квалитетот на наставата од страна на менаџментот; - 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					
	22.1.	Задолжителна литература				
		Ред. број	Автор	Наслов	Издавач	Година
		1.	Стефановска Л.	Компендиум по Планирање и сегментирање на пазарот	Бизнис Академија Смилевски – БАС Скопје	2021
		2.	Кочоска, М., Дамевска, Д.	Маркетинг – теорија и пракса	Бизнис Академија Смилевски – БАС Скопје	2017
		3.	Charles W. Lamb, Joe F. Hair, Carl McDaniel	Essentials of Marketing	Cengage Learning	2008
		22.2.	Дополнителна литература			

		Ред. број	Автор	Наслов	Издавач	Година
		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.				

Прилог бр.3.33		Предметна програма од прв циклус на студии			
1.	Наслов на наставниот предмет	Веб платформи			
2.	Код	БАС-12БЕП			
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	Пред. м-р Иван Ѓорѓиевски			
9.	Предуслови за запишување на предметот	Слушан и положен Маркетинг – менаџмент информации системи			
10.	Цели на предметната програма (компетенции): - Разбирање на ВЕБ апликации и платформи - Разбирање на бази на податоци - Употреба на бази на податоци - Креирање на веб платформи за маркетинг - Развој на содржина за веб платформи				
11.	Содржина на предметната програма: 1. Историјат на (WWW) интернет мрежите 2. Веб структури и бази на податоци 3. Бесплатни и платени веб платформи 4. Креирање и публикување на платформи без програмирање 5. Интеграција со бази на податоци 6. Интеграција на веб платформи со социјални мрежи				
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			20 поени

		(презентација: писмена и усна)				
	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: - Редовна или вонредна (по потреба) семестрална евалуација на изведбата на наставникот и квалитетот на наставата од страна на студентите; - Редовна или вонредна (по потреба) семестрална евалуација на изведбата на наставникот и квалитетот на наставата од страна на менаџментот; - 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					
	22.1.	Задолжителна литература				
		Ред. број	Автор	Наслов	Издавач	Година
		1.	Иван Ѓорѓиевски	ВЕБ Платформи – компендиум	БАС, Скопје	Во подготовка
		2.				
		3.				
	22.2.	Дополнителна литература				
		Ред. број	Автор	Наслов	Издавач	Година
		1.	Јосиф Петровски	Основи на Е-Бизнис – Компендиум	БАС	2018
		2.				
3.						

Прилог бр.3.34		Предметна програма од прв циклус на студии			
1.	Наслов на наставниот предмет	Менаџмент на човечки ресурси			
2.	Код	БАС-12МЧР			
3.	Студиска програма	Бизнис менаџмент, Маркетинг менаџмент			
4.	Организатор на студиската програма	Бизнис академија Смилевски - БАС			
5.	Степен (прв, втор, трет циклус)	Прв циклус			
6.	Академска година / семестар			Број на ЕКТС кредити	7
8.	Наставник	Проф. д-р Даниела Карадаков Проф. д-р Гордана Тасевска			
9.	Предуслови за запишување на предметот	Слушан и положен предметот Основи на менаџмент			
10.	Цели на предметната програма (компетенции): - Разбирање на целите и улогата на менаџментот на човечки ресурси; - Спознавање на основните функции на менаџментот на човечки ресурси; - Спознавање на современите предизвици на менаџментот на човечки ресурси; - Е-менаџмент на човечки ресурси; - Разбирање на процесот на обезбедување на човечки ресурси (анализа на работа, планирање, регрутација и селекција); - Разбирање на процесот на развој на човечките ресурси (работно воведување, професионален и кариерен развој, обуки, организациско учење) - Разбирање на процесот на активирање на човечките ресурси (мотивација, перформанс менаџмент, дизајн на работно место и сл.); - Разбирање на процесот на одржување на човечките ресурси (систем на плати и награди, заштита на човечките ресурси, организациска клима и култура, синдикално организирање и сл.); - Разбирање на процесите и причините за заминување и задржување на човечките ресурси (посакувано и непосакувано заминување на човечките ресурси, задржување на човечките ресурси и сл.);				
11.	Содржина на предметната програма: 1. Менаџмент на човечки ресурси во акција 2. Обезбедување на човечки ресурси 3. Развој на човечки ресурси 4. Активирање на човечки ресурси 5. Одржување на човечки ресурси 6. Заминување и задржување на човечки ресурси				
12.	Методи на учење: 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.				
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) (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: - Редовна или вонредна (по потреба) семестрална евалуација на изведбата на наставникот и квалитетот на наставата од страна на студентите; - Редовна или вонредна (по потреба) семестрална евалуација на изведбата на наставникот и квалитетот на наставата од страна на менаџментот; - 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					
	22.1.	Задолжителна литература				
		Ред. број	Автор	Наслов	Издавач	Година
		1.	Даниела Карадаков, Гордана Тасевска	Менаџмент на човечки ресурси – компендиум и учебник во подготовка	Бизнис академија Смилевски – БАС, Скопје	2010
		2.				
		3.				
	22.2.	Дополнителна литература				
Ред. број		Автор	Наслов	Издавач	Година	

		1.	Torrington D., Hall L., Taylor S.	Human resource management	Prentice Hall, England	2005
		2.	Mahapatro B.B.	Human resource management	New Age, New Delhi	2010
		3.	Desseler, G.	Human resource management	Pearson Education, New Jersey	2005

Прилог бр.3.35		Предметна програма од прв циклус на студии			
1.	Наслов на наставниот предмет	Продажбен менаџмент			
2.	Код	БАС-12ПРМ			
3.	Студиска програма	Бизнис Менаџмент, 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	/			
10.	Цели на предметната програма (компетенции): - Разбирање на основниот поим; - Развивање способност за дефинирање на учесниците во продажбата; - Анализа на процесот на продажба како маркетинг алатка; - Способност да дефинира стратегија за продажба; - Разбирање на функцијата на интегрираното маркетиншко комуницирање како алатка за унапредување на продажбата; - Здобивање со знаења за современите трендови во продажбата; - Разбирање на улогата на мотивацијата на продажниот персонал; - Способност за примена на маркетинг и менаџмент концептот во продажбата;				
11.	Содржина на предметната програма: - Природа и карактер на процесот на продажба - Дефинирање на поим и основни компоненти - Дефинирање на фактори во окружувањето - Учесници во размената - Структура во чии рамки се одвива продажбата - Врски и односи помеѓу субјектите кои учествуваат во размената - Анализа на учесниците – производители, трговци, купувачи - Избор на партнери во размената - Управување со продажбата - Дефинирање стратегија за продажба - Дефинирање на фактори кои влијаат на продажбата - Истражување на пазарот - Планирање на продажбата - Организирање на продажбата - Раководење со продажбата - Контролирање на продажбата - Управување со клучни купувачи				

	• Укажување на важноста на управување со клучните купувачи • Корисност и ризик од примена на концептот на управување со купувачите • Интегрираните маркетинг комуникации во функција на унапредување на продажбата • Маркетинг и комуникации • Интегрирани маркетинг комуникации • Улогата и влијанието на современите трендови врз промените во продажбата • Фактори кои влијаат врз промените во продажбата • Улогата на информатичката технологија • Примена на маркетинг и менаџмент концептот во процесот на продажба • Маркетинг концептот како основа за подобрување на процесот на продажба • Улогата на менаџерите во процесот на унапредување на работењето • Обука на продажен персонал и водење тимови за продажба • Содржина и методи на програмата за обука • Мотивација на продажен персонал • Современи пристапи во продажбата • Основни законитости во продажбата • Дефинирање на однос спрема продажбата и купувачите • Продажбата во функција на решавање на проблеми на купувачите • Управување со ризик • Потреба од воспоставување доверба и добри односи • Предвидување на идни трендови и случувања во продажбата • Промени во окружувањето • Промени во потребите кај потрошувачите • Промени во технологијата • Иновации • Електронска трговија • Нови модели на комуницирање			
12.	Методи на учење: 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.			
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) (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: - Редовна или вонредна (по потреба) семестрална евалуација на изведбата на наставникот и квалитетот на наставата од страна на студентите; - Редовна или вонредна (по потреба) семестрална евалуација на изведбата на наставникот и квалитетот на наставата од страна на менаџментот; - 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					
	22.1.	Задолжителна литература				
		Ред. број	Автор	Наслов	Издавач	Година
		1.	Кочоска М., Ивановска Пржо Д.,	Продажбен менаџмент – Компендиум	БАС	2018
		2.				
		3.				
	22.2.	Дополнителна литература				
		Ред. број	Автор	Наслов	Издавач	Година
		1.	Vladimir P. Matovic,	Menadzment prodaje	Univerzitet Singidunum, Beograd	(2011)
		2.	Bizbite,	Sales and marketing management,	Consulting group	2004

		3.	Jobber D., lanaster G.	Selling and Sales management,	Pearson Education Limited, England	2009
--	--	----	---------------------------	----------------------------------	---	------

Прилог бр.3.36		Предметна програма од прв циклус на студии			
1.	Наслов на наставниот предмет	Основи на Е-Менаџмент на човечки ресурси			
2.	Код	БАС-12ЕЧР			
3.	Студиска програма	Маркетинг менаџмент			
4.	Организатор на студиската програма	Бизнис академија Смилевски - БАС			
5.	Степен (прв, втор, трет циклус)	Прв циклус			
6.	Академска година / семестар			Број на ЕКТС кредити	7
8.	Наставник	Проф. д-р Даниела Карадаков Проф. д-р Гордана Тасевска			
9.	Предуслови за запишување на предметот	/			
10.	Цели на предметната програма (компетенции): - Разбирање на целите и улогата на е-менаџментот на човечки ресурси; - Спознавање на основните функции на е-менаџментот на човечки ресурси; - Разбирање на процесот на е-регрутација на човечки ресурси; - Разбирање на процесот на е-селекција на човечки ресурси; - Разбирање на процесот на е-учење на човечки ресурси; - Разбирање на процесот на е-перформанс менаџмент; - Разбирање на процесот на е-компензација; - Разбирање на процесот на е-архива; - Спознавање на начините за зачувување на безбедноста и приватноста на човечките ресурси во рамките на е-менаџмент на човечки ресурси; - Согледување на идните предизвици на е-менаџментот на човечки ресурси;				
11.	Содржина на предметната програма: 1. Еволутивен развој на менаџментот на човечки ресурси 2. Трансформација на функциите на менаџментот на човечки ресурси 3. Е-менаџмент на човечки ресурси 4. Цели и улоги на е-менаџментот на човечки ресурси 5. Функции на е-менаџментот на човечки ресурси 6. Е-регрутација 7. Е-селекција 8. Е-учење 9. Е-перформанс менаџмент 10. Е-компензација 11. Е-архива 12. Безбедност и приватност во е-менаџментот на човечки ресурси 13. Е-менаџмент на човечки ресурси во иднина				
12.	Методи на учење: 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.				
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) (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	Година
		1.	Карадаков Д.	Основи на е-менаџмент на човечки ресурси – компендиум во подготовка	Бизнис академија Смилевски – БАС, Скопје	2021
		2.				
		3.				
	22.2.	Дополнителна литература				

Ред. број	Автор	Наслов	Издавач	Година
1.	Manuti, A., Davide de Palma, P.	Digital HR - A Critical Management Approach to the Digitilization of Organizations	Palgrave Macmillan, Cham	2018
2.	Ed. Cantoni F., Mangia G.	Human Resource Management and Digitalization	Routledge, New York	2019
3.	Torres-Coronas, T., Arias-Oliva, M.	e-Human Resources Management: Managing Knowledge People	Idea Group Publishing, London	2005

Прилог бр.3.37		Предметна програма од прв циклус на студии			
1.	Наслов на наставниот предмет	Финансиски менаџмент			
2.	Код	БАС-12ФИМ			
3.	Студиска програма	Бизнис менаџмент, 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	Виш пред. д-р Дијана Ивановска Пржо			
9.	Предуслови за запишување на предметот	Слушан и положен предметот Менаџерска економија			
10.	Цели на предметната програма (компетенции): - Разбирање на целите, функциите и организацијата на финансискиот менаџмент; - Разбирање на проблематиката на управување со финансиите на претпријатието; - Совладување на одделните подрачја на финансиите и разбирање на ефикасното стопанисување со парите; - Развивање вештини за разбирање на употребната вредност на финансиските извештаи; - Оспособување за барање оптимални решенија во доменот на стопанисување со парите; - Способност за подготовка на финансиска анализа преку имплементација на финансиските показатели; - Разбирање на потребата од краткорочно и долгорочно финансирање;				
11.	Содржина на предметната програма: 1. Вовед во деловни финансии и финансиски менаџмент 2. Финансиски извештаи 3. Финансиско планирање 4. Финансиска анализа 5. Правила на финансирање 6. Долгорочно финансирање 7. Краткорочно финансирање 8. Деловен и финансиски левериџ 9. Планирање на долгорочни вложувања и оценка на нивна ефикасност 10. Посебни облици на финансиски менаџмент				
12.	Методи на учење: 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.				
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 (бодови/ 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				
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.	Кочоска,М., Ивановска, П.Д., (2018	Финансиски менаџмент, Компендиум	БАС	2018
		2.				
		3.				
	22.2.	Дополнителна литература				
		Ред. број	Автор	Наслов	Издавач	Година

		1.	Стенли Б.Блок, Џефри А. Харт	Основи на финансиски менаџмент	/	/
		2.	Трајкоски Б.	Финансиско работење на претпријатијата	Универзитетска печатница “ Кирил и Методиј”, Скопје	1990
		3.	Ивановиќ З.	Финансиски менаџмент	Свеучилиште у Ријеци	1997