

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 (единица, односно институт, катедра, оддел)	Бизнис Академија Смилевски – БАС			
5.	Степен (прв, втор, трет циклус)	Прв циклус			
6.	Академска година / семестар	Година	1	семестар	1
7.	Оптовареност со предметот изразена во ЕКТС кредити	7			
8.	Наставник (во случај на повеќе наставници назначен одговорен наставник)	Проф. д-р Маја Кузмановска			
9.	Јазик на кој се изведува наставата	Македонски јазик			
10.	Неопходни предуслови за слушање и полагање на предметот	/			
11.	Цели на предметната програма (компетенции) и резултати од учењето:	• 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;			
12.	Детална содржина на предметот по поглавја и единици со резултатите од учење за секое поглавје	1. Дефинирање на поим и основни компоненти 2. Дефинирање на фактори во окружувањето 3. Врски и односи помеѓу субјектите кои учествуваат во размената 4. Дефинирање стратегии за продажба 5. Дефинирање на фактори кои влијаат на продажбата, истражување на пазар, планирање и организирање на продажбата			

		6. Развивање на продажна сила: регрутирање на таленти 7. Обука на продажната сила 8. Мотивација и награди на работната сила 9. Мерење на резултати од работењето 10. Улогата и влијанието на современите трендови врз промените во продажбата 11. за подобрување на процесот на продажба и нови модели на комуницирање		
13	Заемна поврзаност на предметите	Организациско комуницирање, Маркетинг, Грижа и однесување со корисници		
14.	Детален опис на наставните и работните методи за предметот	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.		
15.	Вкупен расположив фонд на време	7ЕКТС * 27 = 189 часови		
16.	Форми на наставните активности	16.1.	Предавања- теоретска настава. часови	24
		16.2.	Вежби (лабораториски, аудиториски), семинари, тимска работа: часови	24
		16.3.	Пракса: часови	
17.	Други форми на активности	17.1.	Проектни задачи: часови	24
		17.2.	Самостојни задачи: часови	
		17.3.	Домашно учење - задачи	117
18	Услови за потпис	16.1, 16.2 и 17.1		
19	Начин на оценување			
	19.1.	Тестови: бодови		30
	19.2.	Семинарска работа/проект, презентација писмена и усна: бодови		20
	19.3.	Завршен испит: бодови		50
20	Критериуми за оценување (бодови/ оценка)		до 50 бода	5 (пет) (F)
			51 x до 59 бода	6 (шест) (E)
			60 x до 69 бода	7 (седум) (D)
			од 70 до 79 бода	8 (осум) (C)
			од 80 до 89 бода	9 (девет) (B)
			од 90 до 100 бода	10 (десет) (A)
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 Пржо Д.,	Продажбен менаџмент – Компендиум	БАС	2018
		2.				
		3.				
	22.2.	Дополнителна литература				
		Ред. број	Автор	Наслов	Издавач	Година
		1.	Tomašević M.L, Kadić-Maglajlić C., Drašković H.	Principi prodaje i pregovaranja	Ekonomski fakultet - Zagreb	2019
		2.	Mirela M.	Vjeshtine prodaje I pregovaranja	Ekonomski fakultet Split	2006
		3.	David J. Geoff L.	Selling and sales management	Pearson education Limited	2009