

3.24 Продажбен менаџмент

Прилог бр.3.24		Предметна програма од прв циклус на студии			
1.	Наслов на наставниот предмет	Продажбен менаџмент			
2.	Код				
3.	Студиска програма				
4.	Организатор на студиската програма (единица, односно институт, катедра, оддел)	Бизнис академија Смилевски – БАС, Скопје			
5.	Степен (прв, втор, трет циклус)	Прв циклус			
6.	Академска година / семестар	Година	2	Семестар	3
7.	Оптовареност со предметот изразена во ЕКТС кредити	7 ЕКТС			
8.	Наставник (во случај на повеќе наставници назначен одговорен наставник)	Проф. д-р Маја Кузмановска Проф. д-р Дијана Ивановска Пржо			
9.	Јазик на кој се изведува наставата	Македонски јазик			
10.	Неопходни предуслови за слушање и полагање на предметот	нема			
11.	Цели на предметната програма (компетенции) и резултати од учењето:	Цели на предметната програма (Компетенции): • Го разбираат концептот на продажниот менаџмент; • Развиваат способност за дефинирање учесници во продажбата • Развива способност за анализа на процесот на продажба како маркетинг алатка; • Дефинира стратегија за продажба; • Ја разбира функцијата на интегрираното маркетиншко комуницирање како алатка за унапредување на продажбата; • Ја разбира потребата од знаења за современите трендови во продажбата; • Прави проценка на улогата на мотивацијата на продажниот персонал; • Развива способност за примена на маркетинг и менаџмент концептот во продажбата; Резултати од учењето: • По успешното завршување на предметот, студентите ќе бидат способни да: • Објаснат и анализираат поим и значење на продажбата • Идентификуваат и применат модел за комуникација како основна алатка во продажбата. • Критички проценуваат фактори кои влијаат на продажбата • Развијат адекватен стил на комуникација според типовите на потрошувачи • Користат алатки и техники за продажба. • Создадат задоволни корисници преку развој на сектор за корисничка поддршка			
12.	Детална содржина на предметот по поглавја и	ПОГЛАВЈЕ 1: ПРОЦЕС НА ПРОДАЖБА			

	единици со резултатите од учење за секое поглавје	1.1 Дефинирање на моделот за комуникација како предуслов за успешна продажба 1.2 Разлики помеѓу вербална и невербална комуникација 1.3 Перспективи на продажбата како професија Резултати од учење: Студентите ќе ја разберат разликата меѓу маркетингот и продажбата. Ќе ја анализираат улогата на моделот на комуникација и неговото значење во процесот на продажбата. Ќе ја разберат потребата и примената на концептот на продажба и потребата од инвестирање во продажната сила. ПОГЛАВЈЕ 2: Таргетирање на потрошувачи 2.1 Идентификување на потенцијални потрошувачи 2.2 Процес на филтрирање Резултати од учење: Студентите ќе ја разберат потребата и улогата потрошувачите за компаниите. Ќе бидат способни да спроведат процес на филтрирање на сите потенцијални потрошувачи врз основа на претходно поставени критериуми.. ПОГЛАВЈЕ 3: ТЕХНИКИ НА ПРОДАЖБА 3.1 Поим и потреба сегментирање на потрошувачите 3.2 Подготовка на продажна презентација 3.3 Спин техника на продажба Резултати од учење: Студентите ќе ја разберат потребата од идентификување на профили на купувачи. Ќе бидат способни да развијат продажна презентација која ќе помогне адекватно да се искористат ресурсите. Тие ќе ја разберат потребата од примена на Спин техника за продажба и други соодветни техника. ПОГЛАВЈЕ 4: ЦПОСТПРОДАЖЕН ПРОЦЕС 6.1 Техники за решавање приговори и рекламации 6.2 Постпродажба 6.3 Истражување на задоволството на купувачите Резултати од учење: Студентите ќе ја разбираат важноста и улогата на техниките за справување со приговори и рекламации. Ќе умеат да го следат задоволството на купувачите после процесот на продажба. Ќе ја разберат потребата од воспоставување и одржување долгорочни врски со купувачите. ПОГЛАВЈЕ 5: ПРЕГОВАРАЊЕ 5.1 Стратегии на преговарање 5.2 Техники на преговарање 5.3 Тактики на преговарање Резултати од учење: Студентите ќе ја разбираат важноста и улогата на стратегиите на преговарање. Ќе умеат користат техники во процесот на преговарање со цел задржување на потенцијалните купувачи. Ќе ја разберат потребата од преговарачките тактики според типот на корисник..
--	--	---

13	Заемна поврзаност на предметите	нема		
14.	Детален опис на наставните и работните методи за предметот	Наставата се реализира преку комбинација на интерактивни предавања, практични вежби, студии на случај и индивидуална и групна работа, со цел да се овозможи сеопфатно разбирање на современите концепти и практики Предавањата се организираат во форма на интерактивна настава каде што студентите се активно вклучени преку дискусии, прашања и мултимедијални презентации. Овој метод овозможува стекнување на теоретски знаења, но и нивна примена преку анализа на актуелни предизвици во областа. Практичните вежби имаат за цел да ги зајакнат компетенциите на студентите преку симулации, решавање на конкретни задачи и примена на концептите во реални работни сценарија. Преку индивидуални и тимски активности, студентите развиваат аналитички и истражувачки способности, како и практични вештини за решавање на проблеми. Студиите на случај се користат како алатка за подобро разбирање на менаџерските предизвици во реалниот сектор. Преку анализирање на конкретни примери од деловната пракса, студентите развиваат критичко размислување и учат како да ги применат стекнатите знаења за идентификување и решавање на проблеми Индивидуалната и групната работа се важен дел од наставниот процес, бидејќи поттикнуваат активно учење, соработка и комуникациски вештини. Студентите имаат можност да работат на самостојни истражувања, како и да презентираат решенија за конкретни предизвици Со примена на овие наставни и работни методи, студентите се стекнуваат со применливо знаење, критичко размислување и практични вештини потребни за современиот менаџмент на човечки ресурси.		
15.	Вкупен расположив фонд на време	189 часови		
16.	Форми на наставните активности	16.1.	Предавања- теоретска настава. часови	24 часа
		16.2.	Вежби (лабораториски, аудиториски), семинари, тимска работа: часови	24 часа
		16.3.	Пракса: часови	
17.	Други форми на активности	17.1.	Проектни задачи: часови	24 часа
		17.2.	Самостојни задачи: часови	52 часа
		17.3.	Домашно учење - задачи	65 часа
18	Услови за потпис	Реализирани активности од точка 16 и 17.		
19	Начин на оценување			
	19.1.	Тестови: бодови		50
	19.2.	Семинарска работа/проект, презентација писмена и усна: бодови		20
	19.3.	Присуство и активност		30
20	Критериуми за оценување (бодови/ оценка)	до 50 бода	5 (пет) (F)	
		51 x до 60 бода	6 (шест) (E)	
		61 x до 70 бода	7 (седум) (D)	

		од 71 до 80 бода		8 (осум) (C)		
		од 81 до 90 бода		9 (девет) (B)		
		од 91 до 100 бода		10 (десет) (A)		
21.	Метод на следење на квалитетот на наставата	Евалвации од студентите: Редовно спроведување на евалвации за оценување на наставниот процес, со фокус на содржината на предметот, методите на предавање, комуникацијата со студентите и јасноста на наставниот материјал. Самоевалвација на наставниците: Наставниците вршат самооценка на своето предавање, оценувајќи ги своите методи на наставата, нивната ефективност и областите за подобрување. Набљудување на наставата: Редовно набљудување на часовите од страна на колеги или менаџери за квалитет, со цел да се оценат методите на предавање и интеракцијата со студентите. Постигнување на образовни цели и резултати: Анализа на академските резултати на студентите, како и нивните вештини и способности што ги стекнале, во контекст на учењето. Меѓународни акредитации и стандарди: Применување на меѓународни стандарди за квалитет во образованието и вршење на редовни проверки преку акредитации и оценки од надлежни институции				
22.	Литература					
	22.1.	Задолжителна литература				
		Ред. број	Автор	Наслов	Издавач	Година
		1.	Кузмановска М, Пржо.И.Д,	Продажбен менаџмент - Компендиум, БАС	БАС	2024
	22.2.	Дополнителна литература				
		Ред. број	Автор	Наслов	Издавач	Година