

1.	Наслов на наставниот предмет	Маркетинг Marketing
2.	Код	F18L1S026
3.	Студиска програма	Студии за примена на е-технологии, Софтверско инженерство и информациски системи, Компјутерски науки, Компјутерско инженерство, Компјутерска едукација, Интернет, мрежи и безбедност
4.	Организатор на студиската програма (единица, односно институт, катедра, оддел)	Факултет за информатички науки и компјутерско инженерство
5.	Степен (прв, втор, трет циклус)	прв циклус
6.	Академска година / семестар 1 / летен /	7. Број на ЕКТС кредити 6
8.	Наставник	доц. д-р Георгина Мирчева, доц. д-р Билјана Стојкоска, доц. д-р Андреја Наумоски, вонр. проф. д-р Смилка Јанеска Саркаџац
9.	Предуслови за запишување на предметот	
10.	Цели на предметната програма (компетенции):	Вовед во главните елементи за развој на маркетинг стратегија и планирање на програма за маркетинг; Развој на вештини за решавање на маркетинг проблеми преку аналитички алатки (рамки, поими, модели и техники); Анализа на примери и студии на случај како претпријатијата го организираат својот маркетинг, со акцент на ИКТ претпријатија; Подобрување на комуникациските вештини, усни и писмени, работа во тим при изработка на проектна задача, презентирање на проектната задача.
11.	Содржина на предметната програма:	Вовед во основните поими од областа маркетинг; Организации; Анализа на маркетинг опкружувањето; Пазари за лична потрошувачка и однесување при купување на потрошувачите; Бизнис пазари и однесување при купување на бизнисите; Маркетинг стратегија водена од потрошувачите; Маркетинг микс; Производи, услуги и брендови; Развој на нов производ и стратегии за животен циклус на производ; Поставување цени; Ценовни стратегии; Маркетинг канали; Продажба на мало и на големо; Интегрирана стратегија за маркетинг комуникации; Рекламирање и односи со јавност; Лична продажба и продажна промоција; Директен и онлајн маркетинг; Градење долгорочни односи со клиентите.
12.	Методи на учење:	

	Предавања со користење на презентации, 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.					
13.	Вкупен расположив фонд на време		6 ЕКТС x 30 часа = 180 часа			
14.	Распределба на расположливото време		30 + 45 + 15 + 15 + 75 = 180 часа			
15.	Форми на наставните активности	15.1.	Предавања- теоретска настава	30 часови		
		15.2.	Вежби (лабораториски, аудиториски), семинари, тимска работа	45 часови		
16.	Други форми на активности	16.1.	Проектни задачи	15 часови		
		16.2.	Самостојни задачи	15 часови		
		16.3.	Домашно учење	75 часови		
17.	Начин на оценување					
	17.1.	Тестови			0 бодови	
	17.2.	Семинарска работа/ проект (презентација: писмена и усна)			10 бодови	
	17.3.	Активности и учење			10 бодови	
	17.4.	Завршен испит			80 бодови	
18.	Критериуми за оценување (бодови/ оценка)		до 50 бода		5 (пет) (F)	
			од 51 до 60 бода		6 (шест) (E)	
			од 61 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)	
19.	Услов за потпис и полагање на завршен испит		Реализирани активности 15.2 и 16.1			
20.	Јазик на кој се изведува наставата		Македонски и англиски			
21.	Метод на следење на квалитетот на наставата		механизам на интерна евалуација и анкети			
22.	Литература					
	22.1.	Задолжителна литература				
		Ред.бр.	Автор	Наслов	Издавач	Година
		1	Kotler Philip, Armstrong Gary	Principles of Marketing, 14/e	Prentice Hall	2012
	22.2.	Дополнителна литература				
		Ред. број	Автор	Наслов	Издавач	Година