

Предметна програма од втор циклус студии				
1.	Наслов на наставниот предмет	Бренд менаџмент		
2.	Код	ММ4206		
3.	Студиска програма	Меѓународен менаџмент 4+1		
4.	Организатор на студиската програма (единица, односно институт, катедра, оддел)	Економски институт, Скопје, УКИМ		
5.	Степен (прв,втор, трет циклус)	VII A		
6.	Академска година/семестар	2017/2018	7.	Бројна ЕКТС
				5
8.	Наставник	проф. д-р Татјана Петковска проф. д-р Татјана Петковска Мирчевска		
9.	Предуслови за запишување на предметот	<i>Завршен прв циклус студии</i>		
10.	<p>Цели на предметната програма (компетенции):</p> <p>Бренд менаџментот или управување со брендот претставува една од основните активности на маркетинг менаџерите. Основната цел на предметот е пренесување на сознанија и практични искуства за процесот на брендирање, капитал на бренд и стратемиски бренд менаџмент, дизајн и примена на маркетинг програми и активности за да се изгради и менаџира капиталот на брендот, како и начините и пристапите на негово позиционирање на глобалниот пазар.</p> <p>Оспособен за (компетенции):</p> <ul style="list-style-type: none"> • Теоретски основа и искуства поврзани со брендот • Сознанија за теоретските концепти на бренд менаџментот • Знаења и искуства за вредноста и капиталот на брендот • Сознанија и искуства за планирање на маркетинг програми за градење бренд • Сознанија и вештини за креирање на брендот и негово позиционирање на пазарот • Стекнување сознанија за начините и можностите за креирање на успешен бренд кој може да конкурира на водечките брендови на глобалниот пазар • Стекнување знаења и практични искуства за анализа на перцепциските обележја на брендот за негово успешно позиционирање на глобалниот пазар 			

11.	Содржина на предметната програма:			
	<ul style="list-style-type: none"> • Бренд и бренд менаџмент-теоретски аспекти • Поим и карактеристики на капитал на бренд • Нови производи и проширување на брендот • Капитал на бренд и однесување на потрошувачите • Маркетинг програми и градење на капитал на бренд • Создавање и примена на стратегии за брендирање • Позиционирање на брендот на глобалниот пазар 			
12.	Методи на учење: Наставата се изведува во облик на предавања со дискусии, со интерактивни методи кои вклучуваат самостојни задачи на студентите, презентации и друго.			
13.	Вкупен расположлив фонд на време	15 недели 5 ЕКТС x 30 часа = 150 часа		
14.	Распределба на расположливо време	<i>12 недели+ 3 недели консултации</i> 15+15+120=150 часа		
15.	Форми на наставните активности	15.1.	Предавања-теоретска настава	15 часови
		15.2.	Вежби (лабораториски, аудиториски), семинари, тимска работа	15 часови
16.	Други форми на активности	16.1.	Проектни задачи	30 часови
		16.2.	Самостојни задачи	45 часови
		16.3.	Домашно учење	45 часови
17.	Начин на оценување			
	17.1.	Тестови		60 бодови
	17.2.	Семинарска работа/проект (презентација: писмена и усна)		30 бодови
	17.3.	Активност и учество		10 бодови
18.	Критериуми за оценување (бодови/оценка)	до 61 бода		5 (пет) (F)
		од 61 до 68 бода		6 (шест) (E)
		од 69 до 76 бода		7 (седум) (D)
		од 77 до 84 бода		8 (осум) (C)
		од 85 до 92 бода		9 (девет) (B)
		од 93 до 100 бода		10 (десет) (A)
19.	Услов за потпис и полагање на завршен испит	<i>Редовност на настава и вежби, проектна задача</i>		
20.	Јазик на кој се изведува наставата	<i>Македонски јазик</i>		
21.	Метод на следење на квалитетот на наставата	<i>Механизми на интерна евалуација</i>		

22.	ЛИТЕРАТУРА				
	22.1.	Задолжителна литература			
	Ред. број	Автор	Наслов	Издавач	Година
		Кевин Лејн Келер	Стратегиски бренд менаџмент-градење, мерење и управување со капиталот на брендот	Арс ламина (превод од Влада на РМ)	2013
		Kapferer J. N.,	The New Strategic Brand Management	Kogan Page Limited	2012
		Rakita B., Mitrović	Brend menadžment	Savremena administracija, Beograd	2010
	22.2.	Дополнителна литература			
	Ред. број	Автор	Наслов	Издавач	Година
	1.	Kotler Ph., Keller K. L.,	Маркетинг менаџмент	Арс ламина (превод од Влада на РМ)	2009
	2.	Мартин Линдстром Филип Котлер	Сетилно брендирање	Арс ламина (превод од Влада на РМ)	2009