

Предметна програма од втор циклус студии				
1.	Наслов на наставниот	Претприемништво и мали бизниси		
2.	Код	ПР3101		
3.	Студиска програма	Претприемништво		
4.	Организатор на студиската програма (единица, односно институт, катедра, оддел)	Економски институт, Скопје, УКИМ		
5.	Степен (прв, втор, трет)	Втор циклус		
6.	Академска година/семестар	2017/2018 1 семестар	7.	Број на ЕКТС
				12
8.	Наставник	Проф. д-р Татјана Петковска-Мирчевска Проф. д-р Зоран Јаневски		
9.	Предуслови за запишување на предметот	Завршен прв циклус студии (180 кредити)		
10.	<p>Цели на предметната програма (компетенции): Целта на предметот е на студентите да им се развие знаење и разбирање за претприемништвото и управувањето со малите бизниси, преку изучување на начините на започнување нов бизнис потфат и управувањето со малите бизниси.</p> <p>Оспособен за (компетенции):</p> <ul style="list-style-type: none"> - Разбирање на основните теории, принципи и концепти за поврзаноста на психологијата на претприемачот, претприемничката активност, МСП и нивното значење за економијата - Стекнување сознанија за изворите на можности што претприемачите ги користат за да дојдат до нови деловни идеи, како и начините на создавање, обликување и препознавање на претприемничките можности - Користење на специјализирани сознанија, вештини, техники и практики за развивање на оригинален бизнис план - Разликување на различните начини за формирање претприемачки бизнис - Примена на постојните и идни политики и институции за поддршка на претприемништвото и малите бизниси 			
11.	<p>Содржина на предметната програма:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Претприемништво, концепти и факти 2. Претприемничка активност, економијата и значењето на малите претпријатија 3. Психологија на претприемачот 4. Претприемнички процес 5. Можноста: креирање, обликување, препознавање 			

	6. Разновидност на претприемништвото 7. Анализи на изводливост за креирање на бизнис план 8. Форми на сопственост на бизнисот 9. Франшиза и претприемачот 10. Купување на постоен бизнис 11. Бизнис план 12. Политики, поддршки и управување со мали бизниси			
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 12 ЕКТС x 30 часови = 360 часови		
14.	Распределба на расположливо време	60+30+270 = 360 часови		
15.	Форми на наставните активности	15.1.	Предавања-теоретска настава	60 часови
		15.2.	Вежби (лабораториски, аудиториски), семинари, тимска работа	30 часови
16.	Други форми на активности	16.1.	Проектни задачи	80 часови
		16.2.	Самостојни задачи	80 часови
		16.3.	Домашно учење	110 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	6 (шест) (E)
			од 69 до 76	7 (седум) (D)
			од 77 до 84	8 (осум) (C)
			од 85 до 92	9 (девет) (B)
			од 93 до 100	10 (десет) (A)
19.	Услов за потпис и полагање на завршен испит	Редовност на настава и вежби, проектна задача		
20.	Јазик на кој се изведува наставата	Македонски јазик		
21.	Метод на следење на квалитетот на	Механизми на интерна евалуација		
22.	ЛИТЕРАТУРА			
	22.1.	Задолжителна литература		

Ред. број	Автор	Наслов	Издавач	Година
1.	Мариоти Стив; Глакин Каролин	Претприемаштво и управување со мали бизниси (превод од Влада)	Арс Ламина	2013
2.	Барингер Брус Р., Ајреланд Дјуан Р.	Претприемаштво: успешно почнување со нови потфати (превод од Влада)	Арс Ламина	2012
3.	Хисрич Роберт Питерс Мајкл Шеферд Дин	Претприемаштво (превод од Влада)	Арс Ламина	2012
4.	Јаневски Зоран	Претприемништво и електронска трговија	Економски институт – Скопје	2013
22.2.	Дополнителна литература			
Ред. број	Автор	Наслов	Издавач	Година
1.	Дејвид Дикинс, Марк Филс	Претприемништво и мали бизниси (превод од Влада)	ТРИ	2010
2.	Марла Маркмен	Започнете сопствен бизнис (превод од Влада)	Арс Ламина	2013
3.	Ричард Луек, Алред Е. Озборн помладиот	Претприемнички латки: алатки и техники за почнување и раст на нов бизнис (превод од Влада)	Европа 92	2013

Предметна програма од втор циклус студии				
1.	Наслов на наставниот	Маркетинг		
2.	Код	ПР3103		
3.	Студиска програма	Претприемништво		
4.	Организатор на студиската програма (единица, односно институт, катедра, оддел)	Економски институт, Скопје, УКИМ		
5.	Степен (прв, втор, трет)	Втор циклус		
6.	Академска година/семестар	2017/2018 2 семестар	7.	Број на ЕКТС 12
8.	Наставник	Проф. д-р Татјана Петковска Проф. д-р Татјана Петковска-Мирчевска		
9.	Предуслови за запишување на предметот	Завршен прв циклус студии (180 кредити)		
10.	<p>Цели на предметната програма (компетенции): Основна цел на предметот МАРКЕТИНГ е да се укаже на значењето на маркетинг-концепцијата во современи услови како процес на создавање вредност и градење цврсти односи со потрошувачите во насока на подигнување и зацврстување на нивната лојалност.</p> <p>Оспособен за (компетенции):</p> <ul style="list-style-type: none"> - Да се совладаат теоретските аспекти на маркетингот, неговите основни карактеристики и развој. За таа цел, предметот вклучува теми кои се однесуваат на карактеристики на маркетингот како основна активност во позиционирање на компаниите во пазарни услови, како и да се разбере новиот холистички маркетинг концепт кој е резултат на дигиталната револуција. - Да се утврдат карактеристиките и значењето на активностите на градење и доставување вредност на производите на крајните потрошувачи (корисници) и се основа за креирање успешна маркетинг стратегија на компаниите. - Да се стекнат знаења за специфичностите на маркетинг миксот и да се потенцира значењето на поедини карактеристики на неговите инструменти како што е брендирањето, послепродажните сервиси, методи за детерминирање на цените, вредносните синџири на дистрибуцијата и интегрираните маркетинг комуникации. - Студентите да се воведат во спецификите на маркетинг менаџментот со акцент на малите и средни претпријатија, со фокус на инвестирањето и финансирањето на маркетинг активностите, подготовка на ефикасен маркетинг план, планирање, организација и контрола на маркетинг активностите и на тој начин креирање конкурентска предност на пазарот. - Во рамките на предметот, студентите ќе ги изучуваат карактеристиките на општествениот маркетинг и во таа насока конзумеризмот и енвајроментализмот. Исто така, ќе се изучуваат основните аспекти на маркетинг етиката како неопходен елемент на општествениот маркетинг. 			
11.	<p>Содржина на предметната програма:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Теориски основи на маркетингот 			

	<ul style="list-style-type: none"> • Маркетинг окружување (макро и микро) • Дизајнирање на пазарна стратегија и создавање вредност за целните потрошувачи • Управување со маркетинг информациите • Сегментирање и таргетирање на пазарот • Диференцијација и позиционирање • Инструменти на маркетинг-миксот (производ, цена, дистрибуција и промоција) • Управување и раководење со маркетинг активностите (маркетинг менаџмент) • Општествено одговорен маркетинг и маркетинг етика 			
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 12 ЕКТС x 30 часови = 360 часови		
14.	Распределба на расположливо време	60+30+270 = 360 часови		
15.	Форми на наставните активности	15.1.	Предавања-теоретска настава	60 часови
		15.2.	Вежби (лабораториски, аудиториски), семинари, тимска работа	30 часови
16.	Други форми на активности	16.1.	Проектни задачи	80 часови
		16.2.	Самостојни задачи	80 часови
		16.3.	Домашно учење	110 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	6 (шест) (E)
			од 69 до 76	7 (седум) (D)
			од 77 до 84	8 (осум) (C)
			од 85 до 92	9 (девет) (B)
			од 93 до 100	10 (десет) (A)
19.	Услов за потпис и полагање на завршен испит	Редовност на настава и вежби, проектна задача		

20.	Јазик на кој се изведува наставата		Македонски јазик			
21.	Метод на следење на квалитетот на		Механизми на интерна евалуација			
22.	ЛИТЕРАТУРА					
	22.1.	Задолжителна литература				
		Ред. број	Автор	Наслов	Издавач	Година
		1.	Чарлс В. Лемб, Џозеф Ф. Хеар, Карл Мекданиел	Маркетинг	Арс Ламина (превод од Влада на РМ)	2014
		2.	Филип Котлер, Гери Армстронг	Принципи на маркетингот	Превод од Влада на РМ	2010
		3.	Филип Котлер, Кевин Лејн Келер	Маркетинг менаџмент	Арс Ламина (превод од Влада на РМ)	2009
		4.	Дејвид Мирман Скот	Новите правила на маркетингот	Скопје (превод на македонски)	2012
	22.2.	Дополнителна литература				
		Ред. број	Автор	Наслов	Издавач	Година
		1.	Калман Аплбаум	Ерата на маркетингот	Арс Ламина (превод од Влада на РМ)	2011
		2.				
		3.				

Предметна програма од втор циклус студии				
1.	Наслов на наставниот	Електронски бизнис		
2.	Код	ПР3202		
3.	Студиска програма	Претприемништво		
4.	Организатор на студиската програма (единица, односно институт, катедра, оддел)	Економски институт, Скопје, УКИМ		
5.	Степен (прв, втор, трет)	Втор циклус		
6.	Академска година/семестар	2017/2018 1, 2, 3 или 4 семестар	7.	Број на ЕКТС
				6
8.	Наставник	Проф. д-р Татјана Петковска-Мирчевска Проф. д-р Зоран Јаневски		
9.	Предуслови за запишување на предметот	Завршен прв циклус студии (180 кредити)		
10.	<p>Цели на предметната програма (компетенции): Основна цел на предметот е студентите да се стекнат со знаења, вештини и ставови потребни за разбирање и управување на новата интернет-базирана бизнис околина. За таа цел фокус е ставен на клучните прашања и стратегии за успешно воведување и менаџирање на системите за електронски бизнис и електронска трговија.</p> <p>Оспособен за (компетенции):</p> <ul style="list-style-type: none"> - Запознавање на со основните менаџерски аспекти на електронската трговија - Осознавање на иновативните можности кои електронската трговија ги нуди на големите корпорации, малите и средни претпријатија и владините институции и непрофитни организации - Способност за идентификување на потребните критични ресурси за реализирање на активности во доменот на онлајн маркетинг-истражувањето и маркетинг истражувањето преку Интернет - Креирање на множество од критериуми за проценка на клучните можности, ограничувања, отворени прашања и ризици кои ги носи имплементирањето на системите за електронски бизнис и електронска трговија - Изноаѓање решенија за интеграција на Интернет-базираните системи и нивна поддршка на претпријатијата во процесот на управување со нивните синџири за набавки 			
11.	<p>Содржина на предметната програма:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Основни поими кај електронската трговија 2. Електронски пазари 3. B2C електронска трговија - Електронска малопродажба 4. Стратегии за електронска трговија 5. Стартување на успешен онлајн бизнис 6. Онлајн маркетинг истражување 7. Интернет маркетинг 8. B2B електронска трговија 9. Иновативни системи за е-трговија 10. Динамичко тргување: електронски аукции 11. Електронски системи за плаќање 			

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 6 ЕКТС x 30 часови = 180 часови		
14.	Распределба на расположливо време		30+15+135 = 180 часови		
15.	Форми на наставните активности	15.1.	Предавања-теоретска настава	30 часови	
		15.2.	Вежби (лабораториски, аудиториски), семинари, тимска работа	15 часови	
16.	Други форми на активности	16.1.	Проектни задачи	40 часови	
		16.2.	Самостојни задачи	40 часови	
		16.3.	Домашно учење	55 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		6 (шест) (E)	
		од 69 до 76		7 (седум) (D)	
		од 77 до 84		8 (осум) (C)	
		од 85 до 92		9 (девет) (B)	
		од 93 до 100		10 (десет) (A)	
19.	Услов за потпис и полагање на завршен испит		Редовност на настава и вежби, проектна задача		
20.	Јазик на кој се изведува наставата		Македонски јазик		
21.	Метод на следење на квалитетот на		Механизми на интерна евалуација		
22.	ЛИТЕРАТУРА				
	22.1.	Задолжителна литература			
		Ред. број	Автор	Наслов	Издавач
	1.	Лаудон Кенет К., Травер Герсио Карол	Електронска трговија: бизнис, технологија, општество (превод од Влада)	Арс Ламина	2010

		2.	Лаудон Кенет К., Лаудон Џејн П.	Менаџмент на информациски системи: управување со дигитална компанија (превод од Влада)	Арс Ламина	2010
		3.	Јаневски Зоран	Претприемништво и електронска трговија	Економски институт - Скопје	2013
		4.	Секуловска Н., Башевска М., Петковска Мирчевска Т.	Маркетинг истражување преку Интернет	Економски факултет, Скопје	2003
	22.2.	Дополнителна литература				
		Ред. број	Автор	Наслов	Издавач	Година
		1.	Efraim Turban, David King, Jae Kyu Lee, Ting-Peng Liang, Deborrah C. Turban	Electronic Commerce: A Managerial and Social Networks Perspective	Springer International Publishing	2015
		2.	Јаневски Зоран	Електронска трговија: Можности и перспективи за малите и средни претпријатија	Економски институт - Скопје	2008
		3.	Шајноски З.,	Промоцијата преку Web страници како значаен елемент на директниот маркетинг	Матица македонска	2008

Предметна програма од втор циклус студии				
1.	Наслов на наставниот предмет	Претприемнички стратегии во јавниот сектор		
2.	Код	ПР3208		
3.	Студиска програма	Претприемништво		
4.	Организатор на студиската програма (единица, односно институт, катедра, оддел)	Економски институт, Скопје, УКИМ		
5.	Степен (прв, втор, трет)	Втор циклус		
6.	Академска година/семестар	2017/2018 1, 2, 3 или 4 семестар	7.	Број на ЕКТС 6
8.	Наставник	Проф. д-р Татјана Петковска Мирчевска Проф. д-р Елена Давитковска		
9.	Предуслови за запишување на предметот	Завршен прв циклус студии (180 кредити)		
10.	<p>Цели на предметната програма (компетенции): Современиот модел на јавна администрација постојано се реформира како од функционален така и од организациски аспект. Наспроти традиционалните пристапи во управувањето во јавните служби, современите концепти на управување се насочени кон градење на ефикасен и ефективен јавен сервис кој ќе биде во служба на граѓаните како негови клиенти. На јавниот сектор му се потребни иновации за да ги унапредат своите можности со тек на време и за да ја зголемат одговорноста за промени на социјалните услови. Креативниот и иновативниот пристап треба да овозможат реорганизирање на системот на разрешување со проблемите, како и да внесат промени во начините на комуникација и имплементација на новите услуги во јавниот сектор. За постигнување на ефикасен јавен сервис, администрацијата треба да го поседува претприемничкиот дух и култура и да биде реформирана на начин што ќе овозможи примена на претприемничките политики, маркетинг техники и стратегии, со цел создавање на јавна администрација која брзо, ефикасно и квалитетно ќе ги нуди услугите на граѓаните.</p> <p>Оспособен за (компетенции): Студентите ќе стекнат знаење и способности неопходни за примена на иновативни решенија за проблемите и работењето на јавните служби, со акцент на создавање на институционални услови кои ќе овозможат развој и имплементација на нови решенија и пристапи во процесите на управување и комуницирање со граѓаните. Во таа насока, ќе се стекнат сознанија за примена на претприемнички алатки за поефикасно и поефективно распределување на ресурсите и ќе се оспособат да ги осознаат, идентификуваат и анализираат основните карактеристики на современите начини на управување и подобрување на остварувањата во јавниот сектор со искористување на можностите за задоволување на потребите на граѓаните.</p>			

11.	Содржина на предметната програма:			
	<ul style="list-style-type: none"> - Улога, структура и организација на јавниот сектор - Значење на претпримништвото и иновациите во јавниот сектор - Претприемнички и иновативен процес во јавниот сектор - Претприемнички менаџмент во јавниот сектор - Новиот потфат во јавниот сектор - Примена на маркетинг инструментите во јавниот сектор - Брендирање во јавниот сектор - Претприемнички комуникациски стратегии во јавниот сектор - Претприемнички ценовни стратегии во јавниот сектор - Претприемнички дистрибутивни стратегии во јавниот сектор - Следење и евалуација на остварувањата во јавниот сектор - Задоволување на потребите на граѓаните и подобрување на остварувањата во јавниот сектор - Општествен маркетинг во јавниот сектор 			
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 6 ЕКТС x 30 часови = 180 часови		
14.	Распределба на расположливо време	30+15+135 = 180 часови		
15.	Форми на наставните активности	15.1.	Предавања-теоретска настава	30 часови
		15.2.	Вежби (лабораториски, аудиториски), семинари, тимска работа	15 часови
16.	Други форми на активности	16.1.	Проектни задачи	40 часови
		16.2.	Самостојни задачи	40 часови
		16.3.	Домашно учење	55 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	до 61 бода	5 (пет) (F)	
		од 61 до 68	6 (шест) (E)	

	оценување (бодови/оценка)	од 69 до 76	7 (седум) (D)			
		од 77 до 84	8 (осум) (C)			
		од 85 до 92	9 (девет) (B)			
		од 93 до 100	10 (десет) (A)			
19.	Услов за потпис и полагање на завршен испит	Редовност на настава и вежби, проектна задача				
20.	Јазик на кој се изведува наставата	Македонски јазик				
21.	Метод на следење на квалитетот на	Механизми на интерна евалуација				
22.	ЛИТЕРАТУРА					
	22.1.	Задолжителна литература				
		Ред. број	Автор	Наслов	Издавач	Година
		1.	Брус Р. Барингер, Р. Дјуан Ајреленд	„Претприемаштво успешно почнување со нови потфати(превод на Владата на РМ),	Арсламина, Скопје	2012
		2.	Петер Ф. Дракер	Иновацијата и претприемништвото примена и принципи	Просветно дело АД, Скопје	2009
		3.	Дејвид Озборн Питер Пластрик	Прирачник за иноватори методи на трансформирање на власта (превод на Владата на РМ)	Академски печат Скопје	2009
		4.	Котлер Филип, Ненси Ли	Маркетинг во јавниот сектор	Превод од Влада на РМ	2009
	22.2.	Дополнителна литература				
		Ред. број	Автор	Наслов	Издавач	Година
		1.	David Osborne and Ted Gaebler	Reinventing Government	PLUME, New York	1993
		2.	Марк Џ. Мур	Создавање на Јавната Вредност стратегиско	Арс Ламина ДОО	2012

		3.				
--	--	----	--	--	--	--