

Прилог бр.3		Предметна програма од прв циклус на студии				
1.	Наслов на наставниот предмет	Промоција				
2.	Код	UGD200312				
3.	Студиска програма					
4.	Организатор на студиската програма (единица, односно институт, катедра, оддел)	Економски факултет				
5.	Степен (прв, втор, трет циклус)	Втор циклус				
6.	Академска година / семестар	Втора/трет	7.	Број на ЕКТС кредити	6	
8.	Наставник	Проф.д-р Ристе Темјановски				
9.	Предуслови за запишување на предметот					
10.	Цели на предметната програма (компетенции): Основните постулати на предметот е студентите да се запознаат со значењето, користењето, примената на промоцијата како еден од елементите на маркетинг миксот.					
11.	Содржина на предметната програма: Во современата економска наука изучувањето на промоцијата станува неопходност и императив во современото работење. Целта на програмата е да на јасен достапен и прифатлив начин се запознаат со потребите и примената на овој елемент од маркетинг миксот преку изучување на процесот на маркетинг комуницирање, облиците на промотивни активности, односно одделните специфики на економската пропаганда, личната продажба, продажната промоција и публицитетот и односите со јавноста					
12.	Методи на учење: Метод на усно и метод на писмено изложување					
13.	Вкупен расположив фонд на време	156				
14.	Распределба на расположивото време	2+2+1				
15.	Форми на наставните активности	15.1.	Предавања- теоретска настава	2 часови		
		15.2.	Вежби (лабораториски, аудиториски), семинари, тимска работа	2 часови		
16.	Други форми на активности	16.1.	Учење за предавања	1 часови		
		16.2.	Подготовка за вежби			
		16.3.	Консултации			
17.	Начин на оценување					
	17.1.	Тестови			70 бодови	
	17.2.	Семинарска работа/ проект (презентација: писмена и усна)			10 бодови	
	17.3.	Активност и учество			20 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	Постигнат успех од 60% од двата колоквиуми или писмениот испит	
20.	Јазик на кој се изведува наставата	Македонски	
21.	Метод на следење на квалитетот на наставата	Самоевалуација	

22.	Литература				
22.1.	Задолжителна литература				
	Ред. број	Автор	Наслов	Издавач	Година
	1.	Јаќовски Бошко, Циунова-Шулеска Анита	Маркетинг менаџмент, универзитетски учебник	Економски факултет, Скопје,	2004
	2.	Kotler, Philip	Marketing Management	Prentice Hall, Inc., USA	2003
	3.				
	22.2.	Дополнителна литература			
Ред. број		Автор	Наслов	Издавач	Година
1.		Winer S. Russell	Marketing Management	Prentice Hall, Inc., USA	2004
2.		Philip Kotler, Gary Armstrong, Jon Saunders, Veronica Wong	"Principles of Marketing", 3 rd European Edition	Pearson Education	2003
3.					