

Предмет на програма од втор циклус студии				
Програма за ИЗБОРНИ предмети (4+1)				
1.	Наслов на наставниот предмет	ИНТЕГРИРАНИ МАРКЕТИНГ КОМУНИКАЦИИ		
2.	Код	БМ4202		
3.	Студиска програма	Бизнис менаџмент		
4.	Организаторна студиската програма (единица, односно институт, катедра, оддел)	Универзитет Свети Кирил и Методиј, Скопје Економски институт		
5.	Степен (прв, втор, трет циклус)	Втор циклус		
6.	Академска година/семестар	2018/2019	7.	Бројна ЕКТС
				5
8.	Наставник	Проф. д-р Татјана Петковска Мирчевска Проф. д-р Зоран Јаневски		
9.	Предуслови за запишување на предметот	<i>Завршен прв циклус студии (240 кредити)</i>		
10.	<p>Цели на предметната програма (компетенции): Запознавање со концепцијата и поединечните елементи на интегрирана маркетинг комуникација и стекнување темелни сознанија и вештини за современите трендови во управувањето со ИМК.</p> <p>Оспособенза (компетенции):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Стекнување на знаења и вештини за самостојна анализа на процесот на комуникација. 2. Стекнување на знаења за планирање и развој на стратегија на ИМК. 3. Планирање и избор на медиумите за економска пропаганда . 4. Осознавање на карактеристиките на одделните инструменти од промотивниот микс и стекнување вештини за нивна оптимализација во ИМК стратегија. 5. Стекнување на знаења за различните методи и техники за мерење на промотивните ефекти. 			
11.	<p>Содржинанапредметната програма:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Детерминирање на маркетинг комуникацијата, облици и функции на ИМК 2. Структура на маркетиншката комуникација 3. Управување со облиците на ИМК 4. Управување и креирање на рекламната стратегија, нејзино планирање, алтернативни рекламни стратегии 5. Истражување на медиумите на ИМК 6. Мерење на ефектите од ИМК 7. Етички аспекти во маркетиншката комуникација и општествено одговорен маркетинг 			
12.	<p>Методинаучење: Наставата се изведува во облик на предавања со дискусии, со интерактивни методи кои вклучуваат самостојни задачи на студентите, презентации и друго.</p>			
13.	Вкупен расположлив фонд на време	15 недели 5 ЕКТС x 30 часа = 150 часови		
14.	Распределба на расположливо време	12 недели + 3 недели консултации 15+15+120=150 часови		
15.	Формина на наставните активности	15.1.	Предавања-теоретска настава	15 часови
		15.2.	Вежби (лабораториски, аудиториски), семинари, тимска работа	15 часови
16.	Други формина 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>Присуство на настава, вежби, проектна задача</i>				
20.	Јазик на кој се изведува наставата	Македонски и англиски јазик				
21.	Метод на следење на квалитетот на наставата	Механизми на интерна евалуација				
22.	ЛИТЕРАТУРА					
	22.1.	Задолжителна литература				
		Ред. број	Автор	Наслов	Издавач	Година
		1.	Picton David, Amanda Broderick	Integrated marketing communication	Pearson	2009
		2.	Нада Секуловска	Промоција, 3и	Економски факултет, Скопје	2009
		3.	Smith, P. R. – Taylor, J.	Marketing Communication s – An Intergrated Approach	Kogan Page, McGraw-Hill	2002
	22.2.	Дополнителна литература				
		Ред. број	Автор	Наслов	Издавач	Година
		1.	Clow Kenneth E., Donald Baack	Integrated Advertising, Promotion, and Marketing Communication s, 3e	Prentice Hall	2007
		2.	George E. Belch, Michael A. Belch	Advertising and promotion	Prentice Hall	2007
	3.					