

Предметна програма од втор циклус студии					
1.	Наслов на наставниот предмет	Истражување на пазарот			
2.	Код	МЕК3206			
3.	Студиска програма	Менаџерска економија			
4.	Организатор на студиската програма (единица, односно институт, катедра,	Економски институт, Скопје, УКИМ			
5.	Степен (прв, втор, трет циклус)	Втор циклус			
6.	Академска година/семестар	2020/2021	7.	Број на	6
8.	Наставник	проф. д-р Татјана Петковска Мирчевска проф. д-р Искра Станчева Гигов			
9.	Предуслови за запишување на предметот	Завршен прв циклус студии (180 кредити)			
10.	<p><b>Цели на предметната програма (компетенции):</b>  Наставата од предметот има за цел студентите да стекнат продлабочени знаења за суштината на истражувањето на пазарот преку неговите димензии, мултидисциплинарност и организација како и процесот на истражување кој опфаќа низа чекори од организација на прибирање податоци, до изработка на извештаи за резултатите од истражување.</p> <p><b>Оспособен за (компетенции):</b>  Се очекува стекнатите знаења да им послужат на студентите како стабилна основа за изучување и разбирање на проблематиката на истражување на пазарот и дека истите ќе влијаат на успешно совладување на повеќе вештини од доменот на економските и организациските науки, како на пример: деловно одлучување, продажба, односи со потрошувачите и други.</p> <p>Освен основните компетенции, студентите ќе се оспособат и со дополнителни компетенции:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Изучување на проблематиката на истражување на пазарот и маркетингот на макро и микро ниво</li> <li>- Поврзаноста и условноста на истражувањето на пазарот и процесот на донесување менаџмент одлуки</li> <li>- Стекнување на теоретски и практични сознанија и компетенции за начинот и постапката на истражување на пазарот и маркетингот</li> <li>- Компетенции и знаења за примена на соодветна методологија за истражување на пазарот и маркетингот и друго.</li> </ul>				

<b>1.</b>	<b>Содржина на предметната програма</b>				
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Природата на истражувањето на пазарот и маркетинг истражувањето</li> <li>2. Процес на истражување на пазарот <ol style="list-style-type: none"> <li>2.1. Секундарно и аналитичко истражување</li> <li>2.2. Неформално истражување</li> <li>2.3. Избирање примерок</li> <li>2.4. Анализа на податоци</li> </ol> </li> <li>3. Примена на истражување на пазарот во маркетингот</li> <li>4. Посебни аспекти на истражување на пазарот и стратегиско управување на пазарот <ol style="list-style-type: none"> <li>4.1. Истражување на побарувачка</li> <li>4.2. Истражување на понуда</li> <li>4.3. Истражување на цена</li> <li>4.4. Истражување на потрошувачите</li> <li>4.5. Истражување на конкуренцијата</li> </ol> </li> </ol>				
<b>12.</b>	<b>Методи на учење:</b> Наставата се изведува во облик на предавања со дискусии, со интерактивни методи кои вклучуваат самостојни задачи на студентите, презентации и друго.				
<b>13.</b>	<b>Вкупен расположлив фонд на време</b>		15 недели		
<b>14.</b>	<b>Распределба на расположливо време</b>		12 недели+ 3 недели консултации		
<b>15.</b>	<b>Форми на наставните активности</b>	<b>15.1.</b>	Предавања-теоретска настава	15 часови	
		<b>15.2.</b>	Вежби (лабораториски, аудиториски), семинари, тимска	15 часови	
<b>16.</b>	<b>Други форми на активности</b>	<b>16.1.</b>	Проектни задачи	50 часови	
		<b>16.2.</b>	Самостојни задачи	50 часови	
		<b>16.3.</b>	Домашно учење	50 часови	
<b>17.</b>	<b>Начин на оценување</b>				
	<b>17.1.</b>	Тестови			60 бодови
	<b>17.2.</b>	Проектна задача (презентација: писмена и усна)			30 бодови
	<b>17.3.</b>	Активност и учество			10
<b>18.</b>	<b>Критериуми за оценување (бодови/оценка)</b>	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)
<b>19.</b>	<b>Услов за потписи полагање на завршен испит</b>		<i>Редовност на настава и вежби, проектна задача</i>		
<b>20.</b>	<b>Јазик на кој се изведува наставата</b>		<i>Македонски јазик</i>		
<b>21.</b>	<b>Метод на следење на квалитетот на наставата</b>		<i>Механизми на интерна евалуација</i>		
<b>22.</b>	<b>ЛИТЕРАТУРА</b>				
	<b>22.1.</b>	Задолжителна литература			
		Ред. број	Автор	Наслов	Издавач
	1.	Дејвид Ејкер	Стратегиско управување на пазарот	Арс Ламина, Скопје	2011

2.	Акер, Кумар. Деј	Маркетинг истражување	Табернакул, Скопје	2009
3.	Секуловска Нада, Башеска Марика	Маркетинг истражување	Економски факултет Скопје	2009