

Предметна програма од втор циклус студии					
1.	Наслов на наставниот предмет	Бренд менаџмент			
2.	Код	ММ204/2023			
3.	Студиска програма	Меѓународен менаџмент - едногодишна програма			
4.	Организатор на студиската програма (единица, односно институт, катедра, оддел)	Економски институт, Скопје, УКИМ			
5.	Степен (прв, втор, трет циклус)	Втор циклус			
6.	Академска година/семестар	2023/2024/II семестар	7.	Број на ЕКТС	5
8.	Наставник	Проф. Д-р Татјана Петковска Мирчевска Проф. д-р Васил Поповски			
9.	Предуслови за запишување на предметот	Заверен претходен семестар			
10.	<p>Цели на предметната програма:</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 стратески 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> <p>Знаењата од предметната програма ги оспособуваат студентите со вештини и разбирање за:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Теоретски основи и искуства поврзани со брендот - Знаења и искуства за вредност и капитал на бренд - Сознанија и искуства за планирање и маркетинг програми за градење на бренд - Сознанија и вештини за креирање на бренд и негово позиционирање на пазарот - Стекнување сознанија за начините и можностите за развој на успешен бренд кој е конкурентен на глобалниот пазар - Стекнување знаења и искуства за анализа на перцепциските обележја на брендот и негово успешно позиционирање на пазарот - Стекнување на знаење и искуства за креирање на бренд и стратегија на рендирање - Значење на брендирање на државите од маркетинг аспект 				
11.	<p>Содржина на предметната програма:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Бренд и бренд менаџмент-теоретски аспекти 2. Поим и карактеристики на капитал на бренд 3. Нови производи и проширување на брендот 4. Капитал на бренд и однесување на потрошувачите 5. Маркетинг програми и градење на капитал на бренд 6. Создавање и примена на стратегии за брендирање 7. Креирање на брендот и стратегија на брендирање на глобалниот пазар 8. Проблем со фалсификување на успешни брендови 9. Брендирање на држави 				
12.	<p>Методи на учење:</p> <p>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 часови = 150 часови Неделен фонд на часови (1+1)			
14.	Распределба на расположливо време	12 недели + 3 недели консултации 15+15+120=150 часови			
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.	Семинарска работа	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, семинарска работа</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			
		1.	Кевин Лејн Келер	Стратегиски бренд менаџмент-градење, мерење и управување со капиталот на брендот	Превод на македонски јазик
	2.	Kapferer J. N.	The New Strategic Brand Management	Kogan Page Limited	
	3.	Donald Miller	Building a Story Brand: Clarify Your Message So Customers Will Listen	HarperCollins Leadership	
	2013				
	2012				
	2017				
22.2.	Дополнителна литература				
	Ред. број	Автор	Наслов	Издавач	
	Година				
	1.	Kotler Ph., Keller K. L.	Маркетинг менаџмент	Превод на македонски јазик	
	2.	Мартин Линдстром ФилипКотлер	Сетилно брендирање	Превод на македонски јазик	
3.	Rakita B., Mitrović	Brand management	Beograd		
2009					
2009					
2010					