



UNIVERSITETI I EVROPËS JUGLINDORE
УНИВЕРЗИТЕТ НА ЈУГОИСТОЧНА ЕВРОПА
SOUTH EAST EUROPEAN UNIVERSITY

Study program **Бизнис администрација (2020/2021)**

Факултет Бизнис и економија

Циклус на студии Трет циклус (докторски)

ЕКТС 180

Код N-PhDBA180C

Титула Доктор по економски науки / Насока: Бизнис администрација

Архивски број на акредитација [180] 03-2616/2

Решение за почеток со работа 03-352/3 (30.09.2021)

Датум на акредитација 16.10.2020

Опис на програмата

Целите на програмата се :

- Подигнување на нивото на управување и раководење на претпријатијата и развој на современиот менаџмент;
- Оспособување и изградување менаџери од современ профил: претприемачи, подготвени да преземаат акции, но и ризици кои се поврзани со секоја иницијатива, флексибилни, решителни и храбри личности;
- Образование на високо квалификувани и професионални менаџери со лидерски способности и со желба за справување со предизвиците на новиот милениум;
- Создавање менаџери со нови погледи и начин на размислување, развивање способности за предвидување на иднината и прифаќање на предизвиците и можностите кои ги нуди бизнисот во 21 век.

Кариера

По успешно завршување на програмата, студентите ќе можат:

- Индивидуално и групно да работат на истражување на најсоодветните форми на исполнување на потребите на населението.
- Да ги елаборираат, од научен и од професионален аспект, разликите и потребите на заедницата.
- Активно да бидат вклучени во изградбата на макроекономската и микроекономската политика.
- Да бидат информирани и да придонесуваат во научните и во професионалните елаборати.

Резултати од учењето

Знаење и разбирање

- Пресметка на основните макроекономски агрегати и критичка анализа на постојните макроекономски политики.
- Давање критички осврт на развојните политики и на нивната примена во националното стопанство.

Примена на знаењето и разбирањето

- Можноста за дијагностицирање на реалните пазарни случувања, предвидување на тенденциите на тие случувања како и анализирање на ефектите на преземените мерки на економската политика врз пазарните движења.

Способност за проценка

- Способни да бидат позицијата на лидери во профитабилни и во непрофитабилни организации во земјава и насекаде низ светот.

- Анализа на општите процеси на економскиот развој во светот и посебно процесите на транзиција, регионализација и на глобализација на светските економски текови.

Комуникациски вештини

- Овозможување на развој на лични способности, на комуникација, на истражувања и на други значајни способности кои се потребни за вработување.

- Овозможување на студентите активно да се вклучат во предавањата и да вршат независно истражување во сите области на бизнис и економија.

Вештини на учење

- Развивање на концептот на критичко размислување на студентите.

- Овозможување за стекнување истражувачки способности и искуство за претприемништвото, менаџментот, маркетингот и за финансиите во јавните, во приватните и во непрофитабилните организации.

Листа на предмети

Семестар 1

- [C2012] [10.0 ЕКТС] **Квантитативни методи на истражување**
- [DBE0102] [10.0 ЕКТС] **Теорија на организација - мултидисциплинарен пристап**
- [C2015] [10.0 ЕКТС] **Маркетинг-стратегии и менаџмент**

Семестар 2

- [DBE0105] [10.0 ЕКТС] **Прифаќање и одобрување на планот за докторската дисертација**
- [10.0 ЕКТС] **Изборен предмет**
- [10.0 ЕКТС] **Изборен предмет**

Семестар 3

- [PHD-S3-S4-01] [40.0 ЕКТС] **Научно-истражувачка работа**
- [PHD-S3-S4-02] [15.0 ЕКТС] **Публикации I**
- [C2016] [5.0 ЕКТС] **Студентска мобилност**

Семестар 4

Семестар 5

- [DBE0104] [20.0 ЕКТС] **Презентација на резултатите од истражувањето**
- [PHD-S5-01] [10.0 ЕКТС] **Публикации II**

Семестар 6

- [BA-PhD-THESIS] [30.0 ЕКТС] **Докторска дисертација**

Description of courses

Задолжителни предмети

- **Квантитативни методи на истражување**

Целта на предметот е да се запознаат студентите со проблемите во економетријата, вклучувајќи ги и изборот на спецификациските и функционалните форми, превенцијата од злоупотреба на претпоставките на класичниот линеарен модел, елементите на веројатноста и статистиката за економетрија, интуицијата и теоретската процена на регресионите модели со една и повеќе променливи, извршувањето оригинално емпириско истражување, екстензијата на генералниот линеарен модел, структурата на динамичкиот модел и процената на променливите со ограничена зависност и др. Предметот е дизајниран за студенти кои се подготвуваат за изработка на докторски проект - теза. Главните цели на предметот се на студентите да им се понудат алатки за концептуализација на нивната теза во однос на изнаоѓање истражувачко прашање и создавање методи за прибирање податоци и за квалитативна анализа. Предметот е фокусиран на проблемите на квантитативните методи и техники, како што се статистичката анализа, текстови поврзани со теоријата и тестирање хипотези. Потоа од значење се и темите за дескриптивна и каузална инференција, лонгитудинални, компаративни истражувања и студија на случај. Напредни информации ќе се нудат за прибирање податоци работејќи со текст. Целта е анализирање на квалитативни податоци, финално ставање на сите теоретски и практични дејствија во функција на дизајнирање и пишување на тезата. Епистемолошките аспекти на предметот ќе се материјализираат низ следниве прашања: Како ние восприемаме? Што е теорија на спознанието, што е спознание, како се доаѓа до научните знаења и вистината?

- **Теорија на организација - мултидисциплинарен пристап**

Предметот ќе им овозможи на студентите темелно запознавање на класичните и современите теории од оваа област. Во овој предмет ќе бидат третирани класичната социолошка теорија, организациската економија, институционалната теорија, теоријата на вмрежување и еколошката теорија. Исто така, во овој предмет ќе се елаборираат и следниве содржини: бихејвиористичката теорија на организациското одлучување, спроведување и учење, социјалниот процес на конструкција, форми на организација, организациски дизајн и комплексност, организациска култура и контрола, организациска независност и сила, организациски цели и ефикасност, организацијата и технологијата, информациските процеси и насоки во организацијата, меѓуорганзациски врски и мрежи, нови и стари институционални теории, развој на т.н. организациска екологија, процес на организациски промени, институционални промени и општествени движења и др. Во тие рамки студентите ќе стекнат знаење за анализа на организацијата како систем.

- **Маркетинг-стратегии и менаџмент**

Програмата на предметот треба да им помогне на студентите: - Да научат да размислуваат стратешки кога донесуваат и спроведуваат одлуки за маркетинг. - Да го совладаат применувањето специфични аналитички пристапи и алатки за да ги разберат клиентите, конкуренцијата и пазарите. - Да ги стекнат потребните аналитички и концептуални вештини за развој на успешни маркетинг-програми. - Да развијат стратешко размислување во контекст на сложените проблеми и предизвици со кои се соочуваат современите директори и менаџери. - Да добијат преглед на современите маркетинг-прашања и предизвици со кои се соочуваат маркетинг-менаџерите во динамичното деловно опкружување. - Да развијат разбирање за тоа што е вклучено во донесувањето одлуки во врска со маркетингот, вклучувајќи производ, цена, промоција и донесување одлуки за создавање маркетинг-микс. - Да користат техники за вршење стратешка анализа на пазарот, како и за формулирање маркетинг-стратегии.

- **Прифаќање и одобрување на планот за докторската дисертација**

По првиот семестар, студентот ги започнува активностите за составување на својот план за докторската дисертација. Активностите вклучуваат: одредување на литературата, составување хипотетичка рамка, дефинирање на методологијата за работа и определување индивидуален план како и прва јавна презентација. По потреба може да се организираат и изборни предмети за оваа цел.

- **Научно-истражувачка работа**

Во втората година (3 и 4 семестар) докторантот ја продолжува својата научноистражувачка дејност според одобрениот индивидуален план. Менторот дава процена во врска со овие активности.

- **Публикации I**

Публикација (издавање) на истражувачките активности според критериумите на релевантност на издавачкиот медиум. Издавачките активности и успеси на кандидатот се проверуваат пред научниот аудиторинг - за областа и релевантноста на истражувањето.

- **Студентска мобилност**

Целта на мобилноста на докторантите е да ја презентираат, разменат и дискутираат својата истражувачката работа со колеги од другите европски земји за подобрување на квалитетот на нивната дисертација.

- **Презентација на резултатите од истражувањето**

На крајот на 5-от семестар, по истражувачките активности на индивидуалниот план, кандидатот ќе ги презентира јавно вкупните резултати од оваа фаза на трудот и од истражувањето.

- **Публикации II**

Публикација (издавање) на истражувачките активности според критериумите на релевантност на издавачкиот медиум. Со издавачките активности и успеси кандидатот се евалуира пред научниот аудиториум - за областа и релевантноста на истражувањето.

- **Докторска дисертација**

Продолжување на работата на докторската дисертација. Се предава тезата (дисертацијата), се прифаќа од Наставно-научниот на Факултетот, се предава на членовите на комисијата и започнува процедурата за нејзина одбрана.

Изборни предмети

- **Менаџмент на знаење, иновации и конкурентност**

Во рамките на овој предмет се третираат следниве теми: индивидуалното и организациското знаење, раликите меѓу знаењето и информациите во организацијата, обновување и трансферирање на знаењето (генерирање, задржување, ширење и прекинување на знаењето), знаењето и организациското дизајнирање, критичката улога на знаењето, знаењето и конкурентската предност, управување со знаењето во вмрежени организации, развој на размена на знаењето со партнерите, поврзување на знаењето со стратегијата на организацијата.

- **Претприемнички менаџмент - напредно ниво**

Во рамките на овој предмет ќе бидат третирани следниве теми: претприемништвото како област и активност, развојот на претприемништвото, запознавање на карактеристиките на претприемачите и нивните разлики во споредба со менаџерите, разлики меѓу претприемничко претпријатие и мало претпријатие, анализа на индустријата, креативноста, препознавање на можностите и иновативноста, генерирање идеи, креирање нови бизниси и нивниот раст и развој, реалокација, комбинација и рекомбинација на развојните ресурси, фази на развој на претпријатијата, традиционални и алтернативни извори на финансирање на претпријатијата, правни форми на организирање на претпријатијата, маркетинг во новите фирми, стратегии за остварување на конкурентска предност на претпријатијата, стратегии за излез, претприемништвото како акцелератор на економскиот раст и развој, мерки за развој на малите бизниси и претприемништвото, претприемништвото во големите претпријатија, претприемништвото во администрацијата, изработка на бизнис-план.

- **Гобален стратегиски менаџмент**

Преку предметот Глобален стратегиски менаџмент студентите ќе се подготват за стратегиско размислување и одлучување и за избегнување на ad-hoc одлуките. Во рамките на овој предмет ќе бидат третирани следниве прашања: одредување на мисијата на претпријатието, етиката и општествената одговорност во стратегискиот менаџмент, анализа на екстерното и интерното окружување во стратегиското одлучување, анализа и избор на стратегија, анализа на ланецот на вредности, анализа на долгорочните цели и стратегии на бизнисите, стратегиите на мултинационалните компании, имплементацијата и контролата на стратегиите, стратегиите на малите, претприемнички бизниси, стратегиите на непрофитните организации, стратегиите во меѓународните бизниси и др. Исто така, ќе се третираат и модели, начини на одлучување во ситуација на неизвесност, извесност и ризик. Сите теми од областа на овој предмет ќе бидат разработени од аспект на компаративна анализа на пристапите користени од компаниите кои делуваат во разни делови на светот.

- **Однесување на потрошувачите - напредно ниво**

За да се добие подобар увид во однесувањето на потрошувачите, како што се учењето на потрошувачите, перцепција и лојалноста кон брендovите, ќе се разгледаат некои техники и алатки на маркетинг истражување. Преку овој предмет студентите ќе се запознаат со темите што придонесуваат за разбирање на однесувањето на потрошувачите, како и со психолошката основа на однесувањето на потрошувачите со добивање на

информации за понатамошно анализирање на потрошувачите.

- **Дигитален маркетинг**

Целта на предметот Дигитален маркетинг е студентите да стекнат знаења за деловните предности на дигиталниот маркетинг и за неговото значење за успехот во маркетингот на една организација. Дигиталниот маркетинг е местото каде што маркетингот се среќава со интернетот и со други форми на нови медиуми. Тоа вклучува: онлајн-рекламирање и учество во социјални медиуми, различни дигитални медиуми и како да се креира маркетинг-содржина; оптимизирање веб-страница и SEO-оптимизација и стекнување основни познавања на Google Analytics за мерење на ефектите од дигиталниот-маркетинг. Стекнатите знаења, вештини и компетенции ќе им помогнат на студентите да го дизајнираат и да го оценат планот на дигиталниот-маркетинг за ефикасно управување со перформансата на дигиталниот-маркетинг.