



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

Study program

Маркетинг и иновационен менаџмент (2022/2023)

Факултет	Бизнис и економија
Циклус на студии	Втор циклус (Постдипломски)
ЕКТС	60
Код	MIM-60
Титула	Магистер по маркетинг и иновационен менаџмент
Архивски број на акредитација [60]	03-1780/1
Решение за почеток со работа	
Датум на акредитација	10.06.2022

Опис на програмата

Целите на програмата се:

- Подигнување на нивото на управување и раководење на претпријатијата и развој на современиот менаџмент;
- Оспособување и изградување на менаџери од современ профил: претприемачи, подготвени да преземаат делувања, 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 желба за справување со предизвиците на новиот милениум;
- Создавање менаџери со нови погледи и начин на размислување, развивање на 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

Да поседуваат знаење и разбирање за деловното окружување, деловните субјекти и нивните делувања во контекст на применет бизнис (економија, менаџмент, маркетинг, финансии, програмирање, бази на податоци, компјутерски и

информациски системи, мрежи и инженерство на податоци).

Да имаат способност за развој и за примена на оригинални и креативни идеи во околина во кои се преклопуваат или заемно се поврзани областите на применет бизнис.

Да имаат способност за примена на интердисциплинарно знаење и за демонстрација на специјалистички компетенции од применет бизнис.

Примена на знаењето и разбирањето

Способност за критичко, независно и креативно решавање проблеми во нови околина или во околина во кои студентите немаат претходно искуство во мултидисциплинарен контекст на реална бизнис-околина или организациска околина. Планирање, водење и евалуација на независни истражувања во областа на бизнисот, имплементирајќи соодветни пресметувачки алатки, околина и технологии.

Креативност и оригиналност при интерпретацијата на знаењето од бизнис-процесите и соодветно користење компјутерски алатки базирани на дефинирани техники за истражување и испитување. Имаат знаење да започнат и да развијат сопствен бизнис.

Способност за проценка

Способност за креативна интеграција и синтеза на знаење од повеќе области поврзани со бизнис-процесите и со користењето компјутерски алатки и техники.

Способност за справување со комплексни ситуации поврзани со бизнис-процесите, за идентификација на соодветни специјализирани инстанци во областа на бизнисот и во информатиката и за донесување издржани процени во ситуации на недостиг на комплетни информации или податоци и врз основа на лични, социјални и етички принципи и одговорности поврзани со примената на знаењето и разбирањето.

Имаат способност за донесување деловни одлуки на ниско ниво на менаџмент.

Поседува способност да ја анализира конкуренцијата на пазарот.

Комуникациски вештини

Вештини за јасно и недвосмислено изведување стручни заклучоци, резултати, студии и сознанија со способност за приспособување на стилот и формата на изразување.

Вештини за критички, независни и креативно аргументирани истражувања, евалуација на методологии и предлагање и бранење нови хипотези.

Вештини за иницирање, водење и за преземање одговорност за индивидуи и за групи во случаи во кои бизнис-компетенциите и информатичките компетенции се од суштинска важност.

Вештини за презентирање на резултати од различни студии, пренесува деловни планови на работни групи и стејкхолдери.

Вештини на учење

Способност за идентификација на личните потреби и правци за индивидуално и за автономно дообразование, како и за негово изведување самостојно во вообичаените бизнис- области и информатички области.

Способност за преземање одговорност за континуирано индивидуално учење во специјализирани бизнис-области и информатички области во рамките на вмрежената економија.

Ги користи компјутерските вештини за да се здобие со правни знаења.

Има вештини за индивидуално и тимски да учи.

Поседува способност за деловни анализи и за користење научна литература и преглед од други автори.

Листа на предмети

Семестар 1

- [СМВА01] [6.0 ЕКТС] **Методологија на истражување**
- [СМВА19] [6.0 ЕКТС] **Менаџмент на проект**
- [СМ195] [6.0 ЕКТС] **Маркетинг истражување**
- [СМ246] [6.0 ЕКТС] **CRM и дигитална аналитика**
- [6.0 ЕКТС] **Изборен предмет**

Семестар 2

- [BE-MA-THESIS] [30.0 ЕКТС] **Магистерски труд**

Description of courses

Задолжителни предмети

- **Методологија на истражување**

Целта на овој предмет е студентите да стекнат знаења и да ги разберат различните научни теории и методологии. Во почетокот на студентите ќе им бидат објаснети основните концепти и теоретските дефиниции и примероците за сите постојни методи на истражување, хипотеза, директни и индиректни варијабли, валидација на резултатите, BIAS заклучоците, како и научни квалитативни и квантитативни методологии на истражување, но и други методолошки пристапи. За секое поглавје студентот ќе изврши и практични задачи. По успешното завршување на овој предмет, студентите ќе бидат во можност: да го знаат и да го разберат значењето на основните научни концепти; да ги научат техниките за ефикасно пребарување информации и за ефикасен пристап до релевантни информации и литература; да ги идентификуваат, опишат и да ги формулираат научните проблеми; да направат внимателен избор на алтернативните истражувачки пристапи, внимателно да ги опишат; да ги споредат и да ги објаснат предностите и недостатоците на различните научни методи за прибирање и за анализа на податоци кај квантитативно и квалитативно истражување; да ги применат основните научни методи за анализирање квантитативни и квалитативни податоци; да ја совладаат основната теоретска рамка врз која ќе се надградат; да рецензираат и да направат процена на стручни и научни публикации.

- **Менаџмент на проект**

Целта на предметот е студентите да се воведат во светот на современите проекти и да се соочат со можностите и предизвиците на реалниот економски живот во креирање на соодветни потребни реални проекти. Специфични цели на предметот се: како да се утврди одреден проект (користејќи неколку фази) и да се истакне значајната улога на менаџерот на проектот (разбирање на потребата, областа на делувањето, активностите за реализација, комплексноста на модерниот проект и др.). Студентите треба да се обучат како да ги применуваат современите алатки и техники на современиот проектен менаџмент при трансформирање потреба или креативна идеја во соодветен реален и документиран проект кој ќе направи да бидат поинвентивни за себе и покомпетитивни на пазарот на трудот.

- **Маркетинг истражување**

Целите на маркетинг -истражувањето се студентите: 1. Да ги разберат основните принципи, концепти и алатки за мерење од суштинско значење за планирање, спроведување и оценување на активностите за маркетинг истражување. 2. Да научат како да дизајнираат студии за маркетинг истражување на логичен и систематски начин. 3. Да научат за разликата помеѓу квалитативните и квантитативните методи на истражување. 4. Да бидат способни да користат истражувања и секундарни извори на информации за да формулираат релевантни истражувачки прашања. 5. Да бидат способни да ги операционализираат концептите со цел да развијат предлози за тестирање. 6. Да бидат способни да собираат, организираат и анализираат податоци и да ги интерпретираат наодите за да ги решат проблемите со маркетинг-истражувањата.

- **CRM и дигитална аналитика**

Овој предмет е дизајниран да ги задоволи зголемените барања од индустријата и работодавците за примена на квантитативни и аналитички вештини за поддршка на софистицирано донесување одлуки за маркетинг. Содржината на предметот се заснова на врвни истражувања за оптимизација и интерактивен маркетинг за да се проучи управувањето со односите со клиентите и дигиталниот маркетинг. Целта е да се применат алатки за

оптимизација за да се извлечат аналитички решенија за поприлагодени и поактивни маркетинг одлуки, како што се цените, промоцијата и управувањето со залихите, кампањи за распродажба и распределување на услуги. Студентите ќе научат како да подготват најсовремени маркетинг стратегии и релевантни аналитички техники што можат да се користат за поддршка на овие одлуки.

- **Магистерски труд**

Преку овој модул студентите ќе можат да ги пренесат своите вештини и знаења за истражување и за составување на комплицираната задача - пишувањето на магистерскиот труд. Модулот е целосно практичен за да ги стекнат потребните знаења, способности, вештини и доверба за да пристапат кон истражување и пишување на тезата. Модулот има единствен повратен резултат - да им овозможи на студентите да ја пишуваат магистерската теза со минимални тешкотии и со максимална ефективност. Сè што е предвидено е во насока на подобрување на техниките на истражување и на стилот на пишување на магистерскиот труд, водејќи сметка притоа за забраната со служење со недозволените средства како: плагијаризам и повреда на авторските права, кои се забранети со Статутот на УЈИЕ.

Изборни предмети

- **Е-трговија**

Целта на предметот е студентите да се запознаат со основните концепти на е-бизнис. Во рамките на овој предмет студентите ќе имаат можност да научат за историјата на е-трговија, деловните модели за е-трговија, системите за плаќање преку интернет, маркетинг преку интернет. Студентите, исто така, ќе имаат можност да научат за технолошките аспекти на е-трговијата, како што се сервери, софтвер, интернет технологии, безбедност. Како дел од предметната содржина, студентите ќе имаат проект каде што ќе ги применуваат теоретските концепти во пракса преку креирање е-продавници, креирање мрежни маркетинг- кампањи и спроведување деловен модел во пракса.

- **Финансии на недвижен имот и анализа на инвестиции**

Овој предмет е вовед во концептите, принципите, аналитичките методи и алатки што се користат за донесување на инвестициски и финансиски одлуки во аспект на недвижнините. Во фокусот на овој предмет ќе биде градење на знаењето од микроекономски аспект, значи ќе се однесува на индивидуалните недвижнини.

- **Одржливо претпријатије**

Во рамките на овој предмет ќе се дискутира за еколошките и за социјалните предизвици што се јавуваат како резултат на тоа како претпријатијата комуницираат со нивната природна средина. Од менаџерска гледна точка, ќе се анализираат националните и меѓународните импликации на одговорот на бизнисот и владите на овие предизвици. Ќе се дискутираат теми од видот -Дали деловните субјекти можат да придонесат кон промена кон поодржлива иднина? Но, исто така и ќе се разгледуваат предизвиците за усвојување стратегии за одржливост од претпријатијата и студентите ќе се оспособат критички да ги анализираат и комуницираат резултатите од спроведените анализи.

- **Лидерство, тимска работа и разновидност**

Во рамките на овој предмет, студентите развиваат „тулkit“ за лидерско однесување што ќе го користат во различни ситуации кога оние што работат со и / или за нив треба да бидат мотивирани кон општо добро, особено кога тоа вклучува употреба на тимови составени од разновидни индивидуи.

- **Сметководствени информационални системи**

Во овој предмет е вклучен интегративен пристап за да се увиди како сметководствените апликации се во основата на системите на претпријатијата на секоја организација, бидејќи тие се од витално значење за управувањето и информираат за донесувањето одлуки. Преку овој предмет идниот сметководител или деловен аналитичар ќе бидат во можност да разберат како буквално секој систем на претпријатије разменува податоци со сметководствен систем и дека се потпира на таквите системи како извор на вистината за известување и усогласеност.

- **Преговори за решавање конфликти и водечки промени**

Истражување за тоа како темите за преговори, решавање конфликти и водечки промени може да се применат во динамични и глобализирани професионални средини. Студентите ќе станат помудри и носители на одлуки; покомпетентни решавачи на проблеми; похрабри, помалку ризични лидери на луѓе; и поефективни, убедливи комуникатори.

- **Маркетинг business to business**

Овој предмет се осврнува на уникатните предизвици со кои се соочуваат организациите и комерцијалистите при маркетинг на стоки и услуги на деловни и организациски клиенти (Б2Б). Бизнисите донесуваат одлуки поинаку од потрошувачите и затоа треба да се третираат поинаку со цел да се постигнат успешни резултати.

- **Организациско однесување**

Предметот има за цел да ги запознае студентите со организациското однесување и организациската психологија. Од оваа гледна точка, студентите треба да стекнат релевантно знаење од областа на лидерството, моќта, авторитетот, тимската работа, конфликтот, улогата и важноста на организирање на индивидуален бизнис итн.

- **Бизнис консалтинг**

Бизнис консалтинг е растечки сектор на индустријата за вработување и бизнис. Нема подобро време да се приклучите на консултантската индустрија, врз основа на статистиките за раст на индустријата. Уште поважно, додека бизнисите се стремат да ги развијат своите позиции на пазарот, да ја подобрат ефикасноста, да ги намалат трошоците и да го оптимизираат работењето, консултантите сè повеќе потребни. Во рамките на овој предмет разгледуваме голем број клучни теми што треба да ги знаете. Без разлика дали самостојно вршите консалтинг, како партнерство, како мал тим или со голема компанија, ние ќе ви ги доставиме сите информации што ви се потребни за да бидете успешен консултант. Ова вклучува консултации во која било индустрија, без оглед на вашето ниво на искуство. Ние, исто така ви даваме алатки и разбирање за да развиете стратегија за распоредување и успешност во сопствениот консултантски бизнис. Од изборот на деловен модел, одредување на цените, до управување со општите трошоци и тогаш ги покриваме посложените задачи, како што е развивање одлична маркетинг-стратегија, развивање на најдобри предлози, совети за успех во консалтингот и имплементацијата на вашите препораки. Најдобро од се, разговараме за научени лекции за консалтинг и проблеми што можете да ги избегнете; и завршуваме со „Најдобри практики“ за консалтинг. Специфични цели на предметот: 1) Стекнување знаење за консултантски практики за управување. 2) Подобрување на вашата способност за дефинирање клучни фактори и прашања релевантни за консултантскиот ангажман и испитување на нивните меѓусебни односи и за концептуално менаџирање. 3) Стекнување практика за спроведување на теренско-консултантски проект. 4) Подобрување на вашата способност да презентирате анализи на прашања и организациски проблеми на концизен, точен, јасен и интересен начин од перспектива на консултација. 5) Изложување на различни процеси и интервенции вклучени во консултантската арена за управување. 6) Научете како да ги усогласите вашите индивидуални јаки страни, слабости, допаѓања, личност и цели со можности за консултации, барања и однесувања за да ви помогнат да ги подобрите можностите за пласман и кариера во консултантски менаџмент.

- **Менаџмент на инвестиции**

Предметот има за цел студентите да се стекнат со соодветен фонд на теоретско знаење и практични вештини во областа на инвестициите и донесувањето одлуки за инвестиции помеѓу деловните субјекти во земјава и во современиот свет. Предметот има за цел да ги собере најсовремените теории и методи на управување со проекти и процеси на инвестиции, нивна документација и мерење на нивната ефикасност и ефективност. Студентите преку овој предмет ќе можат да ги препознаваат и анализираат инвестициите на микро и макро план; да ги утврдат мотивите и можните фактори за инвестиции; да планираат инвестициски проекти и управување со инвестициски процеси; да го утврдат нивото на инвестициски ризик; да ги проучуваат и применат стандардните и современите критериуми за буџетирање на капитал за прифаќање или избор на најефикасен инвестициски проект; да ја зголемат нивната самодоверба, како и мотивацијата кон нови научни знаења и практични искуства што би им помогнале во нивното евентуално вработување или како вработени во компанија или трговска банка.

- **Трговска аналитика**

Бидејќи корпоративните партнери во малопродажбата ја зголемија страната на дигиталната трговија на нивниот бизнис во однос на традиционалната компонента од тули и малтер. На трговците на мало потребни им се дипломирани студенти со повеќе од основно разбирање за е-трговијата и можностите за развој на каналот во малопродажбата. Анализата за малопродажба им нуди на студентите единствен предмет фокусиран на малопродажба преку клучни области на интеграција на канали.

- **Менаџмент на семеен бизнис**

Цели на предметот: • Разбирање на концептот на семеен бизнис; • Разбирање на животниот циклус на семејниот бизнис; • Објаснување на развојните модели на семејните бизниси; • Разбирање на социоемоционалното богатство во семејните бизниси; • Објаснување на процесот на наследување во семејниот бизнис; • Идентификување на елементите на институционалните конфликти и нивно управување.

- **Теорија на игри и бизнис стратегија**

Теоријата на игри, традиционална алатка за академски економисти, стана сè попопуларна во деловниот свет и е основна алатка на економски консултанти. Менаџерските одлуки не се статични и не можат да се донесуваат изолирано. Менаџерот мора да ги земе предвид и да реагира на „потезите“ на ривалските фирми, владата и неговите или нејзините подредени и претпоставени во рамките на компанијата. Теоријата на игри е дизајнирана за проучување на овие видови интеракции. Крајната цел на предметот е да ја зајакне вашата способност да размислувате стратешки во деловни ситуации, наместо да ве научи на факти или теории. За да се постигне оваа цел, ние повторуваме помеѓу теоријата и практиката. Ние користиме и формални студии на случај и примери од реалниот свет за да ги изостриме нашите вештини за стратешко размислување.

- **Истражување на пазарот**

Целта на овој предмет е студентите да го разберат односот помеѓу истражувањето на пазарот и донесувањето одлуки, запознавајќи се со процесите што се користат во формулирање и спроведување на истражувањето на пазарот. Исто така, студентите ќе ги разберат и пазарните услови под кои истражувањето се води и се применува, вклучувајќи ја и методологијата употребена во анализирањето на пазарите. Тие, исто така, ќе го разберат и опсегот на квалитативни и квантитативни техники и методи кои се достапни во истражувањето на пазарот, вклучувајќи ја нивната применливост и ограничувањата.

- **Бизнис логистика**

Преку овој предмет е претставен систематскиот пристап кон управување со деловните активности поврзани со транспорт, управување со резерви, складирање, пакување, обработка на нарачки, ракување со материјали. Основната цел е студентите да разберат добро што се логистика и синџирот на снабдување, зошто е важно во денешно време да се управува со бизнис логистика / синџирот на снабдување во една организација, како добро да управуваат и да контролираат логистички активности во организацијата за да го зголемат профитот и добро да одговорат на побарувачката на клиентот.

- **Менаџмент на мал бизнис**

Целта на овој предмет е да им помогне на студентите да ја разберат улогата, важноста и суштината на малите бизниси за економијата на земјата, нивното работење и организација. Во овој контекст ќе се проучуваат сличностите и разликите помеѓу малите и големите бизниси, начините на започнување бизнис, неговото планирање, а особено внимание ќе се посвети на изготвувањето бизнис-план. Предностите и недостатоците на организацијата на малите бизниси, успехите и неуспехите на малите и средни претпријатија, важноста на е-трговијата во малите бизниси, важноста на деловните ангели во развојот на малите бизниси, како и процесот на инвестирање во мали и средни бизниси.

- **Меѓународен маркетинг**

Целта на предметот е да се развие менаџерско разбирање за меѓународниот маркетинг. Предметот ќе им помогне на студентите да ги подобрат своите аналитички вештини, донесувањето одлуки и имплементација при дизајнирањето меѓународен план за маркетинг. Фокусот ќе биде насочен кон прашањата од областа на менаџмент и маркетинг со кои се соочуваат компаниите кои работат во многу делови на светот. Особено, преку овој предмет ќе се испита улогата на маркетингот на светските пазари и ќе се сумира неговото теоретско образложение, ќе обезбеди преглед на деловната активност во меѓународен контекст, како што се структурата, проблемите, можностите, предизвиците и политичките, културните, правните и економските услови во странство итн. Студентите ќе можат да покажат како да управуваат со каналите за маркетинг и формите на маркетинг-комуникација.

- **Управување со нов производ**

За повеќето компании, ефикасното развивање и управување со нови производи го генерира потребниот раст за долгорочни перформанси. Во рамките на овој предмет ќе се проучува развојот на нови производи и неговата улога во поттикнување на перформансите и растот во рамките на компаниите. Во рамките на овој предмет ќе се разгледа процесот на развој на нови производи за да се разберат некои од вообичаените причини за неуспех на новите производи, ќе се искористат разни рамки и алатки за поефикасен развој на новите производи.

- **Веб и аналитика на социјални медиуми**

Социјалните медиуми обезбедуваат богатство на податоци што можат да им помогнат на организациите подобро да ги разберат и градат односите со нивната јавност. Во рамките на овој предмет студентите ќе научат како да ги употребуваат податоците за социјалните медиуми за да имаат увид во една организација и нејзината публика, да дадат препораки што можат да се применуваат на податоци и да се информираат за стратегијата на социјалните медиуми. Студентите ќе стекнат практично искуство со нативна анализа,

користење на алатки за мерење, развој на планови за евалуација и градење и презентирање на извештаи за анализа на социјалните медиуми. Апликациите од реалниот свет ќе ви помогнат да изградите силно портфолио што ги прикажува вашите анализи и евалуација на социјалните мрежи.

- **Менаџмент на вкупен квалитет и перформанси**

Целта на овој предмет да се истакне важноста на техниките на МВК, нивната важност и позитивните аспекти на нивната употреба со цел во блиска иднина да има целосно нов преглед на компаниите во РСМ.