

РЕФЕРАТ

**ЗА ИЗБОР НА НАСТАВНИК ВО НАСЛОВНО ЗВАЊЕ ДОЦЕНТ ЗА НАСТАВНО
- НАУЧНАТА ОБЛАСТ ТУРИСТИЧКИ МАРКЕТИНГ НА ФАКУЛТЕТОТ ЗА
ТУРИЗАМ И БИЗНИС ЛОГИСТИКА ПРИ УНИВЕРЗИТЕТ
„ГОЦЕ ДЕЛЧЕВ“ ВО ШТИП**

Со Одлука бр. 2102-358/3 од 23.6.2015 год. донесена на 135. седница на Наставно-научниот совет на Факултетот за туризам и бизнис логистика при Универзитетот „Гоце Делчев“ - Штип, одржана на 23.6.2015 година, се определи Рецензентската комисија во состав:

- проф. д-р Науме Мариноски – претседател,
- проф. д-р Трајко Мицески – член,
- доц. д-р Дејан Методијевски – член,

за избор на еден наставник во насловно звање доцент за наставно - научната област *туристички маркетинг* на Факултетот за туризам и бизнис логистика при Универзитетот „Гоце Делчев“ во Штип.

Конкурсот за овој избор беше објавен во весникот „Нова Македонија“ на 3.6.2015 година и во законски предвидениот рок се пријави единствено кандидатот: д-р Никола Цуцулески.

Врз основа на деталното запознавање со конкурсните услови и законските одредби и по опстојното разгледување на пристигнатата пријава и приложените документи за кандидатот, Комисијата има чест и задоволство на членовите на Наставно - научниот совет на Факултетот за туризам и бизнис логистика при Универзитетот „Гоце Делчев“ – Штип да им го поднесе следниов

ИЗВЕШТАЈ

По детално разгледување на пријавата и на доставените документи на кандидатот **д-р Никола ЦУЦУЛЕСКИ**, Комисијата утврди дека кандидатот ја има доставено соодветната документација согласно со Конкурсот и со тоа дека ги исполнува условите наведени во истиот, по што Комисијата пристапи кон нивно разгледување.

Биографски податоци

Кандидатот **д-р Никола Цуцулески** е роден на 16.12.1985 година во Охрид. Средно училиште завршува во ОСУ „Св. Климент Охридски“ во Охрид. По завршување на средното образование, во 2004 година се запишува на Факултетот за туризам и угостителство во Охрид. Факултетското образование го завршува во 2008 година како најдобар студент од својата генерација со просек 10.00. За времетраење на додипломските студии, стипендист е на Министерството за образование и наука на Република Македонија.

Кандидатот своите магистерски студии ги запишува во 2008 година на Универзитет Американ колеџ – Скопје, на Факултетот за деловна економија и организациони науки (насока Маркетинг) веднаш по завршувањето на додипломските студии.

Магистерските студии ги завршува во 2010 година, како прв од својата генерација со просек 9.33 со што се здобива со титулата магистер по деловна економија (насока Маркетинг). Како и на додипломските студии, така и за време на магистерските студии е стипендист на Министерството за образование и наука на Република Македонија.

Кандидатот во 2011 година се запишува на докторски студии на Економскиот институт при Универзитетот „Св. Кирил и Методиј“ во Скопје.

Во ноември 2014 година успешно го заокружува процесот на докторските студии и докторира на Економски институт при Универзитет „Св. Кирил и Методиј“ во Скопје. Со тоа се здобива со титулата доктор на економски науки.

По завршувањето на магистерските студии, во 2010 година се вработува на Универзитет Американ колеџ – Скопје, каде што бил одговорен за Алумни асоцијацијата на Универзитетот. Во 2011 година е унапреден во раководител на Секторот за маркетинг и комуникации, каде што бележи одлични резултати во својата работа. Во 2012 година добива стипендија за унапредување на англискиот јазик од школата Fusion во Мелбурн, Австралија, каде што престојува околу три месеци.

Во 2013 година, кандидатот ја започнува својата академска кариера, предавајќи го предметот Бренд менаџмент на Факултетот за деловна економија и организациони науки на Универзитет Американ колеџ - Скопје. Во 2014 година добива стипендија од Германската ДААД организација и престојува еден месец на краток студиски престој во Германија. Од април 2014 година работи како консултант на повеќе проекти од областа на туризмот.

Член е во повеќе организации и институции. Еден е од основачите на наградуван проект за општествена одговорност.

ЗАКОНСКИ УСЛОВИ ШТО ТРЕБА ДА ГИ ИСПОЛНУВА КАНДИДАТОТ ЗА ИЗБОР ВО ЗВАЊЕ НАСЛОВЕН ДОЦЕНТ

1. Кандидатот е доктор на науки од соодветната научна област туристички маркетинг, врз основа на одбранета докторска дисертација под наслов „Влијанието на однесувањето на потрошувачите врз креирање на маркетинг стратегиите во туризмот во Република Македонија“.
2. Кандидатот има остварено просечен успех од 10,00 на додипломски студии и просечен успех од 9,33 на постдипломски студии, со што го исполнува критериумот пропишан во Конкурсот за просечен успех над осум на студиите на прв и втор циклус посебно.
3. Кандидатот има објавено пет научноистражувачки трудови од соодветната област во меѓународни научни списанија или меѓународни научни публикации согласно со законските одредби и правилниците и правните акти на Универзитетот „Гоце Дечев“ - Штип, со што го исполнува критериумот пропишан во Конкурсот за објавени најмалку 4 научноистражувачки трудови или меѓународни публикации од соодветната област, и тоа:

Реден број	Автор	Наслов на трудот	Издавач/списание	Година на излегување на списанието
1.	CUCULESKI, N.	“Strategic marketing positioning of Ohrid: comparative study with Bled”	University American College Skopje, 2012.	Еднократно во 2012 година
2.	CUCULESKI, N.	“The need of marketing strategy in tourism for economic development”	International Scientific Congress: The influence of tourism on economic development, Skopje, 2011.	6 години (од 2010 год.)
3.	CUCULESKI, A., CUCULESKI, N.	“Macedonian economic measures: a way to deal with the influence of global economic crisis”	3rd International Conference - The Economies of Balkan and Eastern Europe Countries in the changed world, EBEEC 2011, Pitesti Romania.	7 години (од 2009 год.)
4.	PETKOVSKA MIRCHEVSKA T., CUCULESKI, N.	“The necessity of applying marketing strategies in tourism – the case of Slovenia and Tunisia”	Journal of Economic Development No. 1-2/2015, Economic Institute, Skopje, 2015, pp. 25-36.	17 години (од 1999 год.)

5.	CUCULESKI, N., PETROVSKA, I., PETKOVSKA MIRCHEVSKA T.,	“Emerging trends in the tourism industry – the need of alternative forms of tourism”	European Union Future Perspectives: Innovation, Entrepreneurship and Economic Policy – Biennale, Juraj Dobrila University of Pula, Faculty of Economics and Tourism „Dr. Mijo Mirković“ Pula and Istrian Development Agency	7 години (од 2009 год.)
----	---	--	---	-------------------------

ПРЕГЛЕДНА АКТИВНОСТИ ЗА ИЗБОР НА НАСТАВНИК ВО НАСЛОВНО ЗВАЊЕ ДОЦЕНТ СОГЛАСНО СО ТАБЕЛАТА НА АКТИВНОСТИ ШТО СЕ БОДИРААТ ЗА ИЗБОРОТ ВО ЗВАЊЕ НА УНИВЕРЗИТЕТОТ „ГОЦЕ ДЕЛЧЕВ“ – ШТИП

Наставно-образовна дејност

Кандидатот д-р Никола Цуцулески во 2013 година ја започнува академската кариера на Факултетот за деловна економија и организациски науки при Универзитет Американ колеџ - Скопје, каде што е ангажиран како асистент по предметот Бренд менаџмент на наставните програми од Факултетот на англиски и македонски јазик. Освен овие активности поврзани со наставата, кандидатот во рамките на Факултетот активно се вклучува во дебати, трибини и други активности од наставно-образовен и научноистражувачки карактер.

Кандидатот е, исто така, добитник на следниве стипендии:

1. ДААД стипендија за краток студиски престој во Манхајм, Германија од 7.1.2014 до 30.1.2014 г.
2. Fusion English School scholarship, Melbourne, Australia – 18.10-27.12.2012 година.

Според горенаведеното, а согласно со правилниците и правните акти на Универзитетот „Гоце Делчев“ за избор во наставно - научни, научни и наставни звања на Универзитетот „Гоце Делчев“ во Штип, како и согласно со табелата на активности кои се бодираат при изборот во звање на истоимениот Универзитет, **кандидатот исполнува 15 поени од наставно - образовна дејност.**

НАУЧНОИСТРАЖУВАЧКА ДЕЈНОСТ

Во рамките на научноистражувачката дејност, во согласност со табелата на активности кои се бодираат при изборот во звање, кандидатот д-р Никола Цуцулески има објавено **научна книга издадена во Македонија (вкупно 10 поени):**

CUCULESKI, Nikola, “Strategic marketing positioning of Ohrid: comparative study with Bled”, University American College Skopje, 2012.

Краток опис на трудот:

Оваа книга говори за стратешката позиција од маркетинг аспект којшто Охрид треба да ја има во развојот на туризмот во Република Македонија. За таа цел е направена компаративна студија со градот Блед, кој се наоѓа во Словенија, а којшто поседува слична географска позиционираност како Охрид, но со многу поповолни можности за развој на туризмот.

Кандидатот, исто така, ги има објавено следните два труда во делот на **прегледен труд (вкупно 30 поени):**

Petkovska-Mirchevska T., CUCULESKI N. (2015): **“The necessity of applying marketing strategies in tourism – the case of Slovenia and Tunisia”**, Journal of Economic Development, Economic Institute, Skopje, No. 1-2/2015, 2015, pp. 25-36. (прегледен труд/ останати)

Краток опис на трудот:

Трудот говори за потребата од создавање маркетинг стратегија во туризмот во Република Македонија, како и за апликација на истата на сите нивоа од сите вклучени чинители во туризмот во Македонија. Како појдовна точка се користат искуствата и примерите од Словенија и Тунис како туристички дестинации кои веќе го користат овој начин во насока на развој на туризмот.

CUCULESKI N., Petrovska I., Petkovska-Mirchevska T., (2015): “**Emerging trends in the tourism industry – the need of alternative forms of tourism**”, European Union Future Perspectives: Innovation, Entrepreneurship and Economic Policy – Biennale, Juraj Dobrila University of Pula, Faculty of Economics and Tourism „Dr. Mijo Mirković“ Pula and Istrian Development Agency (прегледен труд/останати).

Краток опис на трудот:

Новите трендови во туризмот ја налагаат потребата од појава на нови видови на туризам кои ќе ги задоволат сè попребирливите потрошувачи, кои сè повеќе имаат пристап до информации околу начинот и видот на туристичка понуда на една дестинација. Потребата од алтернативните форми на туризам се согледува и преку атрактивните фактори кои ги поседува Република Македонија. Имено, пространството од планински простор, недопрената природа и неистражените подрачја придонесуваат во голема мера да се посвети внимание на развојот на алтернативните форми на туризам (кои меѓу другото вклучуваат и: алпинизам, параглајдерство, пешачење, еко туризам, рурален туризам итн.). Со тоа, ќе се придонесе кон зголемување на побарувачката на овие туристички производи, а следствено на тоа и ќе се зголеми учеството на туризмот кон развој на економијата и бруто домашниот производ. Со цел да се утврди потребата за овие видови туризам, во трудот е претставено и изворно истражување на туристички агенции со цел да се утврди дали тие веќе имаат вклучено вакви форми на туризам или дали планираат истите да ги вклучат во своите понуди. Со еден збор, потребата од алтернативните форми на туризам постои и треба да се насочат активностите кон развој и промоција на истите.

Во делот на **трудови со оригинални научни резултати објавени во научно списание опфатено во (СЦИ/ЦА/останати)**, кандидатот ги има објавено следните 2 труда (**вкупно 6 поени**):

CUCULESKI, N.: “**The need of marketing strategy in tourism for economic development**”, *International Scientific Congress: The influence of tourism on economic development, Skopje, 2011.*

Краток опис на трудот:

Потребата од постоење на маркетинг стратегија постои во секоја економија која има за цел одржлив раст и развој на индустриите. Бидејќи туризмот е индустрија која во Република Македонија добива сè поголемо значење, неминовно е да се пристапи кон создавање една целесходна стратегија која ќе придонесе за поголем и одржлив развој на туризмот во целост. Со тоа, индустриите поврзани со туризмот ќе имаат бенефит исто така.

CUCULESKI, A., CUCULESKI, N.: “**Macedonian economic measures: a way to deal with the influence of global economic crisis**”, *3rd International Conference - The Economies of Balkan and Eastern Europe Countries in the changed world, EBEEC 2011, Pitesti Romania.*

Краток опис на трудот:

Глобалната економска криза има особено влијание врз крвките економии каква што е и македонската економија. За таа цел, од особено значење е да се преземат конкретни мерки со цел намалување на влијанието коешто економската криза го/ќе го има врз македонската економија. Со цел справување со економските предизвици, како конкретна мерка е посветување внимание на развојот на туризмот, со цел да се намалат последиците. Туризмот во Македонија има огромен потенцијал за развој, а со тоа и бенефитите од истиот ќе придонесат кон намалување на последиците и успешно справување со истите во време на криза.

Кандидатот д-р Никола Цуцулески на 19.11.2014 год. на Економскиот институт при Универзитетот „Св. Кирил и Методиј“ – Скопје ја има **одбрането докторската дисертација** под наслов „Влијанието на однесувањето на потрошувачите врз креирање на маркетинг стратегиите во туризмот во Република Македонија“, под менторство на проф. д-р Татјана Петковска - Мирчевска **(вкупно 8 поени)**.

Краток опис на трудот:

Познато е дека туризмот претставува интеракција помеѓу туристичката понуда од една страна и туристичката побарувачка од друга страна. Резултатите од оваа интеракција придонесуваат кон зголемување на националниот бруто домашен производ и зголемување на стапката на вработеност. Може да се каже дека посебно внимание треба да се посвети на туризмот како стопанска гранка и на неговиот развој, а со тоа да се направи и разграничување на дестинацијата, со цел таа дестинација да биде атрактивна како за домашните така и за странските туристи (домашни и странски). Ова може да се направи само ако оние кои се вклучени во создавањето на политиката во областа на туризмот помогнат да се создаде маркетинг стратегија за развој на различни видови туристички производи и промоција на овие производи на целни пазари. Еден од начините да се направи тоа е истражување на пазарот на однесувањето на потрошувачите во потенцијалните пазари. Собраните податоци од истражувањето и нивната анализа покажува на кој начин може да се креира сеопфатна маркетинг стратегија во областа на туризмот, со користење на маркетинг истражувањето и истражување на однесувањето на потрошувачите во областа на туризмот.

Исто така, на Факултетот за деловна економија и организациони науки при Универзитетот Американ колеџ - Скопје, во јуни 2010 година, кандидатот д-р Никола Цуцулески го одбранува магистерскиот труд под наслов „*Strategic marketing positioning of Ohrid: comparative study with Bled*“ (вкупно 4 поени).

Во делот член на организационен или научен одбор на научен собир, кандидатот е член на Организациониот одбор на *Осмата меѓународна научна конференција за Европска интеграција „Out of the Crisis: EU Economic and Social Policies Reconsidered“* во организација на Универзитет Американ колеџ - Скопје, која се одржа на 16 мај 2013 год. (вкупно 1 поен).

Кандидатот има остварено повеќекратен студиски престој во странство и тоа: научен студиски престој на Универзитетот во Вормс, Германија во период јануари 2014 год.; тримесечен студиски престој во Мелбурн, Австралија, во периодот од октомври до декември 2012 година (вкупно 8 поени).

Согласно со правилниците и правните акти на Универзитетот „Гоце Делчев“ за избор во наставно - научни, научни и наставни звања на Универзитетот „Гоце Делчев“ во Штип, како и согласно со табелата на активности кои се бодираат при изборот во звање на истоимениот Универзитет, **КАНДИДАТОТ ИСПОЛНУВА 67 ПОЕНИ ОД НАУЧНОИСТРАЖУВАЧКА ДЕЈНОСТ.**

СТРУЧНО-АПЛИКАТИВНА И ОРГАНИЗАЦИСКО-РАЗВОЈНА ДЕЈНОСТ

Во табелата што се однесува на стручно-апликативната и организациско-развојната дејност, кандидатот д-р Цуцулески во делот на учество на стручен собир има учествувано на следните стручни собири: „*How to predict success in every organization*“ (13.3.2011, Скопје); „*The challenges of marketing in the 21st century*“ (21.9.2009, Скопје); „*Marketing management training*“ (октомври 2010 – јуни 2011, Скопје); „*The conversation manager*“ (18.2.2011, Скопје); „*Colin Turner's training*“ (3.12.2010) **(вкупно 2,5 поени)**.

Согласно со правилниците и правните акти на Универзитетот „Гоце Делчев“ за избор во наставно - научни, научни и наставни звања на Универзитетот „Гоце Делчев“ во Штип, како и согласно со табелата на активности кои се бодираат при изборот во звање на истоимениот Универзитет, **КАНДИДАТОТ ИСПОЛНУВА 2,5 ПОЕНИ ОД СТРУЧНО-АПЛИКАТИВНА ДЕЈНОСТ И ОРГАНИЗАЦИСКО-РАЗВОЈНА ДЕЈНОСТ.** По детално разгледување на пријавата на кандидатот и на доставените документи, Комисијата утврди дека кандидатот ги исполнува условите наведени во Конкурсот за избор на наставник во насловно звање доцент за наставно - научната област *туристички маркетинг* на Факултетот за туризам и бизнис логистика.

ЗАКЛУЧОК И ПРЕДЛОГ

Комисијата внимателно ја разгледа приложената документација и при донесувањето на заклучокот се раководеше, пред сè, од условите во Конкурсот, од Законот за високо образование, од Законот за работни односи, од Статутот на Универзитетот „Гоце Делчев“ – Штип и од Правилникот за критериумите и постапката на избор во наставно – научни, научни и наставни звања на Универзитетот „Гоце Делчев“ – Штип. Водејќи се од горенаведеното, Комисијата како сериозен кандидат и единствен кандидат што ги исполнува условите во Конкурсот за избор на наставник во насловно звање доцент за наставно - научната област *Туристички маркетинг* на Факултетот за туризам и бизнис логистика при Универзитетот „Гоце Делчев“ – Штип го предлага кандидатот д-р Никола Цуцулески. Кандидатот д-р Никола Цуцулески, покрај неговите лични квалификации и интереси, неговите достигнувања во научноистражувачката и стручно-апликативната дејност се покажува и како мошне трудољубив, активен и успешен научен работник од областа на *туристичкиот маркетинг*.

Имајќи го предвид гореизнесеното, Комисијата има чест и задоволство да му предложи на Наставно-научниот совет на Факултетот за туризам и бизнис логистика при Универзитетот „Гоце Делчев“ во Штип **ДА ГО ИЗБЕРЕ Д-Р НИКОЛА ЦУЦУЛЕСКИ ЗА НАСТАВНИК ВО НАСЛОВНО ЗВАЊЕ ДОЦЕНТ ЗА НАСТАВНО – НАУЧНАТА ОБЛАСТ ТУРИСТИЧКИ МАРКЕТИНГ.**

РЕЦЕНЗЕНТСКА КОМИСИЈА

Проф. д-р Науме Мариноски, претседател, с.р.

Проф. д-р Трајко Мицески, член, с.р.

Доц. д-р Дејан Методијевски, член, с.р.

ПРИЛОГ

ТАБЕЛА НА АКТИВНОСТИ КОИ СЕ БОДИРААТ ПРИ ИЗБОРОТ ВО ЗВАЊЕ
- НАСЛОВЕН ДОЦЕНТ ЗА Д-Р НИКОЛА ЦУЦУЛЕСКИ – вкупно 84,5 бода

Ред. бр.	НАСТАВНО - ОБРАЗОВНА ДЕЈНОСТ	Поени
1	Избор во звање асистент	15
	ВКУПНО	15

Ред. бр.	НАУЧНОИСТРАЖУВАЧКА ДЕЈНОСТ И СТРУЧНО-УМЕТНИЧКИ АКТИВНОСТИ	Поени				Вкупно
		во земјава		во странство		
		Број	Поени	Број	Поени	
2	Научна книга	1	10			10
3	Прегледен труд (СЦИ/ЦА/останати)			2	15	30
4	Труд со оригинални научни резултати, објавени во научно списание опфатено во (СЦИ/ЦА/останати)			2	3	6
10	Одбранета докторска теза	1	8			8
11	Одбранет магистерски труд	1	4			4
19	Член на организациски или научен одбор на научен собир, фестивал	1	1			1
22	Студиски престој во странство			1	8	8
	ВКУПНО	23		44		67

Ред. бр.	СТРУЧНО-АПЛИКАТИВНА ДЕЈНОСТ И ОРГАНИЗАЦИСКО-РАЗВОЈНА ДЕЈНОСТ	Поени				Вкупно
		во земјава		во странство		
		Број	Поени	Број	поени	
3	Учество на стручен собир	5	0,5			2,5
	ВКУПНО					2,5
	ВКУПНО ОД СИТЕ ТРИ ДЕЈНОСТИ					84,5