

## РЕЦЕНЗИЈА

**НА РАКОПИСОТ „МАРКЕТИНГ МЕНАѢМЕНТ“ ПРАКТИКУМ ОД ДОЦЕНТ  
Д-Р НАТАША МИТЕВА, ФАКУЛТЕТ ЗА ТУРИЗАМ И БИЗНИС ЛОГИСТИКА,  
УНИВЕРЗИТЕТ „ГОЦЕ ДЕЛЧЕВ“ ВО ШТИП**

Врз основа на одредбите од Статутот и Правилникот за единствените основи за остварување на издавачката дејност на Универзитет „Гоце Делчев“ во Штип, како и Одлуката бр. 2102-198/4 од 279. редовна седница на Наставно-научниот совет на Факултет за туризам и бизнис логистика, одржана на 14.10.2022 година, избрана е Рецензентска комисија во состав:

- **д-р Душко Јошески, вонреден професор**, Факултет за туризам и бизнис логистика при Универзитет „Гоце Делчев“, Штип,
  - **д-р Мичо Апостолов, редовен професор**, Факултет за туризам и бизнис логистика при Универзитет „Гоце Делчев“, Штип
- за изготвување на извештај, рецензија на приложениот ракопис „**Маркетинг менаѢмент**“ од **авторката доц. д-р Наташа Митева**, наменет за студентите на прв циклус студии на Факултет за туризам и бизнис логистика при Универзитет „Гоце Делчев“ во Штип.

По прегледот на ракописот Комисијата до Наставно-научниот совет на Факултет за туризам и бизнис логистика го поднесува следниов

## ИЗВЕШТАЈ

**Општи податоци за ракописот:** Ракописот е подготвен според стандардната методологија, а обемот и содржината на трудот ги задоволуваат критериумите според бројот на часови и според одредбите од Правилникот за единствените основи за остварување на издавачка дејност на Универзитет „Гоце Делчев“ во Штип. Материјалот во трудот е поделен на 13 тематски поглавја, и вклучува 2 поглавја за обработка на проектни задачи, 1 поглавје со 6 теми за дискусија и 10 вежби. Ракописот е наменет за студентите на Факултетот за туризам и бизнис логистика при Универзитет „Гоце Делчев“ – Штип, по предметот *Маркетинг менаѢмент* кој според наставната програма е предвиден да се слуша како задолжителен предмет во четвртиот семестар (втора година) на насоките Бизнис администрација и Бизнис логистиката. Овој ракопис нуди практични базични знаења по предметот *Маркетинг менаѢмент*.

Доставениот текст потполно е подготвен според пропишаната наставна програма за предметот Маркетинг менаѢмент и според барањата кои се поставуваат пред студентите во рамките на предметот, а се однесуваат на практичната реализација на наставната програма.

**Податоци за обемот на ракописот:** Ракописот „*Маркетинг менаѢмент*“ е систематизиран во 13 глави на 21 страница и е систематизиран во 10 тематски поглавја. Ракописот е напишан на А4, согласно со упатството за техничко уредување на учебници и учебни помагала во електронска форма на Универзитет „Гоце Делчев“, Штип.

**Податоци за постоење на сличен или ист наслов:** Ракописот е-практикум, претставува квалитетен труд кој ќе им помогне на студентите да го совладаат материјалот по маркетинг менаѢмент. Ваков тип на електронски практикум од областа на Маркетинг менаѢмент за првпат се објавува на Факултет за туризам и бизнис логистика и од истата причина е значаен за студентите кои го слушаат истоимениот предмет.

**Краток опис на содржината:** Вежбите се дефинирани со цел полесно совладување на материјалот и адекватна примена на теоретското знаење во анализа на реални ситуации за проблематики поврзани со маркетинг менаѢментот. Во секоја вежба е посочена областа во која студентите треба да имаат стекнато знаење преку разработка на материјалот опфатен во скриптата „*Маркетинг менаѢмент*“. Повеќето вежби содржат ставови кои студентите треба да ги заземат за конкретна ситуација со цел поттикнување дискусија за време на

вежбите каде се очекува активно учество на студентите. Дополнително, вежбите содржат реални ситуации со проблематики поврзани со маркетинг менаџментот во кои се бара аргументирање од студентите со цел оформување на личен став:

Првите две поглавја од практикумот се однесуваат на проектната задача како задолжителна активност по секоја наставна програма. За таа цел е дадено кратко објаснување на правилата за изработка на тематскиот труд од студентите и линк до истиот за негово детално разгледување. Потоа следува поглавје со 30 теми предложени за изработка на проектна задача по предметот Маркетинг менаџмент. Темите се поврзани со наставната програма на предметот и ажурирани според последните трендови од дисциплината.

Вежба 1 содржи ситуација од темата *Дефинирање на маркетингот* и прашања за дискусија. Дополнително во вежбата се бара од студентите да заземат еден од двата понудени ставови и да го елаборираат нивниот избор.

Вежба 2 се однесува на дефинирањето мисија кај компаниите и вклучува неколку прашања по истата тематика. Во вежбата се бара од студентите да заземат еден од двата понудени ставови и да го елаборираат нивниот избор.

Вежба 3 се однесува на улогата на маркетингот и нејзината цел е да ги идентификува задачите кои ги има маркетинг менаџерот. Од студентите се бара да ги разгледаат можните задачи на маркетинг менаџерот и да одговорат на прашањата за дискусија во прилог.

Вежба 4 се однесува на воведувањето на нов производ за што е потребно студентите да изберат бизнис организација и да одговорат на предизвиците кои го носи воведувањето на новиот производ.

Вежба 5 се однесува на потрошувачкото однесување и истакнува спротивни ставови на две групи маркетингери. Од студентите се бара да заземат еден од понудените ставови и да го елаборираат нивниот избор.

Вежба 6 се однесува на маркетинг истражувањето и истакнува спротивни ставови на две групи маркетингери. Од студентите се бара да заземат еден од понудените ставови и да го елаборираат нивниот избор.

Вежба 7 се однесува на тактиките кои се користат од страна на компаниите за да се поврзат со потрошувачите. Вежбата го отвора прашањето за заштитата на приватноста на потрошувачите и бара од студентите да заземат еден од понудените ставови и да го елаборираат нивниот избор.

Вежба 8 се однесува на пазарната понуда, односно понудата на производи. Од студентите се бара да заземат еден од понудените ставови и да го елаборираат нивниот избор.

Вежба 9 се надоврзува на вежба 8 со тоа што во фокусот ја има понудата на услугите. Во вежбата се истакнати ставови на маркетингери за разликата во маркетингот на услугите и маркетингот на производите. Од студентите се бара да заземат еден од понудените ставови и да го елаборираат нивниот избор.

Вежба 10 се однесува на поглавјето во кое се обработени методите на одредување на цена. Од студентите се бара да заземат еден од понудените ставови и да го елаборираат нивниот избор.

Последното поглавје од електронскиот практикум „Маркетинг менаџмент“ содржи шест теми за дискусија согласно наставната програма предвидена во истоимената електронска скрипта. Темите за дискусија се неопходни за поттикнување на процесот на размена на информации помеѓу студентите, зголемување на интересот кај нив, како и за можност за поврзување на теоријата со практиката. Дискусиите од предложените теми ќе обезбедат повратна информација за совладаната материја и ќе ги подготви студентите за реални ситуации со кои би се соочиле.

Врз основа на изнесеното, Рецензентската комисија го дава следниов

### ЗАКЛУЧОК

Ракописот „Маркетинг менаџмент“ од доцент д-р Наташа Митева претставува самостојно дело кое ги задоволува критериумите за електронски практикум и на мошне јасен и едноставен јазик ги дополнува и збогатува предметните содржини по истоимениот предмет. Електронскиот практикум е во согласност со студиската програма и наставниот план на Факултетот за туризам и бизнис логистика. Истиот е особено важен и неопходен за студентите кои го изучуваат предметот Маркетинг менаџмент за полесно практично совладување на наставните содржини по предметот. Вежбите кои се предмет на анализа се јасни, содржински конзистентни и соодветствуваат на теоретските прашања за чие практикување се предвидени. Дополнително, истите се базираат на начин во иднина читателот лесно да ги препознае сличните ситуации во практиката и на лесен начин да го утврди своето познавање од теоријата. Концизното и експлицитното презентирање на проблематиката од оваа област, дава можност за користење на овој материјал не само за студентите туку и пошироко.

Оттука, на Наставно-научниот совет на факултетот за туризам и бизнис логистика при Универзитетот „Гоце Делчев“ во Штип со задоволство му предлагаме ракописот „Маркетинг менаџмент“ од авторот доц. д-р Наташа Митева да го прифати како електронски ПРАКТИКУМ.

### РЕЦЕНЗЕНТИ

Д-р Душко Јошески вонр. проф., Факултет за туризам и бизнис логистика при Универзитет „Гоце Делчев“, Штип, с.р.

Д-р Мичо Апостолов, ред. проф. Факултет за туризам и бизнис логистика при Универзитет „Гоце Делчев“, Штип, с.р.