

РЕФЕРАТ

**ЗА ИЗБОР НА НАСТАВНИК ВО СИТЕ ЗВАЊА ЗА НАСТАВНО-НАУЧНАТА
ОБЛАСТ МАРКЕТИНГ (50325) И БИЗНИС МЕНАџМЕНТ (50603) НА ФАКУЛТЕТ
ЗА ТУРИЗАМ И БИЗНИС ЛОГИСТИКА ПРИ УНИВЕРЗИТЕТ
„ГОЦЕ ДЕЛЧЕВ“ ВО ШТИП**

Со Одлука бр. 2102-230/4 од 7.12.2022 година, донесена на 281. седница на Наставно-научен совет на Факултетот за туризам и бизнис логистика, определени сме за членови на Рецензентска комисија за избор на наставник за наставно-научната област маркетинг 50325 и бизнис менаџмент 50603 на Факултетот за туризам и бизнис логистика при Универзитет „Гоце Делчев“ во Штип во состав:

- **д-р Елизабета Митрева**, редовен професор, научна област управување со системи и маркетинг менаџмент, Факултет за туризам и бизнис логистика при Универзитет „Гоце Делчев“, Штип – **претседател**;
- **д-р Мичо Апостолов**, редовен професор, научна област бизнис менаџмент и теорија на фирми, микроекономски принципи и иновации, Факултет за туризам и бизнис логистика при Универзитет „Гоце Делчев“, Штип – **член**;
- **д-р Душко Јошески**, вонреден професор, научна област економска теорија и менаџмент во администрацијата, Факултет за туризам и бизнис логистика при Универзитет „Гоце Делчев“, Штип – **член**.

Конкурсот за овој избор беше објавен во дневните весници „Нова Македонија“ и „Коха“ на 29.11.2022 година и во предвидениот рок се пријави д-р Наташа Митева, доцент на Факултетот за туризам и бизнис логистика при Универзитет „Гоце Делчев“ во Штип.

По разгледувањето на поднесената документација од кандидатката, на Наставно-научниот совет на Факултетот за туризам и бизнис логистика при Универзитет „Гоце Делчев“ му го поднесуваме следниов

ИЗВЕШТАЈ

Биографски податоци

Кандидатката **д-р Наташа Митева** е родена на 11 август 1987 година во Струмица, Република Македонија. Основно и средно образование завршува во СОУ „Јане Сандански“ во Струмица, Република Македонија. Високо образование завршува во 2009 година на „Американски колеџ Солун“ во Солун, Република Грција, и се стекнува со диплома за бизнис администрација со двоен отсек маркетинг и менаџмент, со просек 3,22 (на скала од 0 до 4), односно според еквиваленција на оценките од Министерство за образование и наука на Р. Македонија со просек 9,06. Во 2010 година на истата институција успешно завршува магистерски студии, со магистерска теза на тема „*Бизнис план за проектот за гасификација на општина Струмица, Македонија*“ и се стекнува со звање магистер по бизнис администрација со концентрација финансии и банкарство, со просек 3,56 (на скала од 0 до 4), односно според еквиваленција на оценките од Министерство за образование и наука на Р. Македонија со просек 9,41. Во 2011 година се запишува на докторски студии на Економски институт на Универзитет „Св. Кирил и Методиј“ во Скопје, Република Македонија на тема „*Раст и развој на хотелските синџири и можни стратегии за влез на македонскиот пазар*“ под менторство на професор д-р Марија Таковска. На 15 ноември 2017 година ја брани докторската дисертација и се стекнува со научен степен доктор на економски науки на Економски институт при Универзитет „Св. Кирил и Методиј“, Скопје. Кандидатката д-р Наташа Митева има високо познавање на англискиот јазик и уверение за положен Кембриџ ПЕТ тест за електронско полагање преку компјутер на 24.4.2014 со 92 поени од вкупно 100 (ниво L1 според UK National Qualifications Framework и B2 според Council of Europe Level). Наташа Митева е државјанин на Република Македонија.

Од декември 2011 година, Наташа Митева е вработена на Факултет за туризам и бизнис логистика при Универзитет „Гоце Делчев“ во Штип, Р. Македонија, како помлад

асистент, а од ноември 2014 година е избрана во асистент-докторанд на истата институција. До сега има објавено неколку научни трудови и активно учествува во неколку национални и интернационални научни проекти. Од мај 2018 година кандидатката е избрана во наставно-научно звање доцент, а од 2020 година е избрана и за продекан на факултетот. Во 2022 година по втор пат кандидатката е избрана за продекан на ФТБЛ.

Законски услови кои треба да ги исполнува кандидатот за избор во наставно-научно звање вонреден професор:

- *Научен степен:* Доктор на економски науки, докторска дисертација од областа на маркетингот и менаџментот (институциите од туристичката и хотелската индустрија и стратегиите кои ги користат за настап на интернационалните пазари).
- *Просечен успех:* Има остварен просечен успех на прв циклус на студии од 3,22 и на втор циклус студии од 3,56 (на скала од 0 до 4) односно според еквиваленција на оценките од Министерство за образование и наука на Р. Македонија со просек 9,06 и 9,41 соодветно.
- *Претходен избор* во наставно-научно звање: Д-р Наташа Митева претходно била избрана во наставно-научно звање доцент во областа маркетинг и бизнис менаџмент, со Одлука бр. 2102-246/3 на седница на ННС одржана на 30.5.2018 година.
- *Има објавено најмалку пет рецензирани научни труда* во референтна научна публикација во последните пет години пред објавување на огласот за избор:

Бр.	Автор	Наслов на трудот	Списание или меѓународна научна публикација	Години на излегување на списанието
	Miteva, Natasha and Popova Dushica (2022)	<i>Relationship between restaurant management and customer satisfaction</i>	Journal of the Institute of Economics - Skopje, 24 (3). pp. 139-151. ISSN 1857-7741 https://eprints.ugd.edu.mk/30538/	Излегува 24 години , 2 пати во годината, во јуни и декември. Уредувачкиот одбор е составен од домашни и странски научници. Електронски пристап на веб-страницата на Економски институт-Скопје www.ek-inst.ukim.edu.mk Списанието е апстрактано/индексирано во – EBSCO Business Source Complete, EBSCO Discovery – Service (EDS) in EBSCO Publishing Database, (Ipswich USA); CEEOL – Central and Eastern European Online Library, (Frankfurt, Germany)

	Miteva, Natasha (2022)	<i>Social media as a tool for modern marketing</i>	Knowledge - International journal scientific papers, 54 (1). pp. 111-116. ISSN 1857-923X https://eprints.ugd.edu.mk/30393/	Journal, printed and electronic version publishing for 13 years (since 2009), 6 times per year (February, March, May, August, October, December) ISSN: 1857-923X (Printed), ISSN: 2545-4439 (Online). Web site: http://ikm.mk Language: English, Key features: Abstracted and Indexed, Refereed, Peer-reviewed.
	Temelkov, Zoran and Miteva, Natasha (2022)	<i>Areas and activities influenced by the fintech industry.</i>	Journal of economics, 7 (2). pp. 68-77. ISSN 1857-9973 https://eprints.ugd.edu.mk/30375/	Publishing for 7 years , 2 times per year. Indexed in EBSCO , The <i>Journal of Economics</i> ISSN 1857-9973 is an international, open access, peer reviewed, online journal.
	Miteva, Natasha and Popova, Dushica (2022)	<i>Boost your brand image with digital marketing</i>	In: EBSiDe 2022: XII International Conference on Economy, Business & Society in Digitalized Environment https://eprints.ugd.edu.mk/30473/	Publishing for 12 years . International Conference on economy, business & society in digitalized environment: proceedings / 23-25 September 2022 Prilep. ISBN 978-9989-695-70-4
	Miteva, Natasha and Popova, Dushica (2022)	<i>How business imitation helps companies especially during pandemic crises</i>	In: International scientific conference: Challenges of tourism and business logistics in the 21st century (ISCTBL 2022). https://eprints.ugd.edu.mk/30374/	Publishing for 5 years , once per year. ISBN 978-608-244-891-6
	Popova, Dushica and Miteva, Natasha (2022)	<i>Impact of customer satisfaction on customer loyalty in a restaurant.</i>	In: International Scientific Conference: Challenges of tourism and business logistics in the 21st century (ISCTBL 2022). https://eprints.ugd.edu.mk/30376/	Publishing for 5 years , once per year. ISBN 978-608-244-891-6
	Popova, Dushica and Miteva, Natasha (2021)	<i>Service quality models in hospitality industry</i>	In: ISCTBL 2021. https://eprints.ugd.edu.mk/29493/	Publishing for 4 years , once per year. ISBN 978-608-244-824-4

	Miteva, Natasa and Popova, Dushica and Kuzelov, Aco (2020)	<i>Digital marketing and its importance during the pandemic.</i>	In: Third International Scientific Conference: Challenges of tourism and business logistics in the 21st century »ISCTBL 2020«, 13 Nov 2020, Stip. https://eprints.ugd.edu.mk/27398/	Publishing for 3 years, once per year. ISBN 978-608-244-779-7
	Miteva, Natasa and Popova, Dushica (2019)	<i>The impact of world hotel chains in Macedonia.</i>	In: International scientific conference “Challenges of tourism and business logistics in the 21st century, ISCTBL, 13 Sept 2019, Stip. https://eprints.ugd.edu.mk/24355/	Publishing for 2 years, once per year. ISBN 978-608-244-465-9

- *Потврда за познавање на најмалку еден странски јазик:* Има способност за изведување на високообразовна дејност: Познавање на англиски јазик кое кандидатката го докажува со Cambridge English Language Assessment сертификат за познавање на јазикот добиен со полагање на **Preliminary English Test (PET)**, референтен број 144МК0015008, положен со резултат 92/100 (pass with distinction), април 2014 година. Дополнително, кандидатката прв и втор циклус студии завршува на англиски јазик што дополнително укажува на одлично познавање на англискиот јазик.

- *Способност за изведување на високообразовна дејност:* Д-р Наташа Митева е вработена на Универзитет „Гоце Делчев“, Штип од 2011 година почнувајќи од волонтер, помлад асистент, асистент-докторанд и доцент. До сега била член на универзитетски и факултетски комисији, а од 2020 година е и продекан за настава на Факултетот за туризам и бизнис логистика.

Наставно-образовна и научноистражувачка дејност

Кандидатката д-р Наташа Митева од март 2011 година започнува со волонтерство на Факултет за туризам и бизнис логистика при Универзитет „Гоце Делчев“ - Штип, а од декември 2011 г. со Одлука бр. 2602-236/13 е избрана во *помлад асистент* на истоимениот факултет во подрачјето Бизнис менаџмент. Од ноември 2014 со Одлука бр. 2602-1267/5 д-р Наташа Митева е избрана во звањето *асистент-докторанд* на Факултетот за туризам и бизнис логистика при Универзитет „Гоце Делчев“ во Штип за областа економика и организација на туризмот. На Факултетот за туризам и бизнис логистика на прв циклус, д-р Наташа Митева изведува вежби по предметите: Менаџмент на човечки ресурси, Основи на економија, Економика на угостителство и туризам, Ресторански менаџмент и др. Од 30.5.2018 година на седницата на ННС е избрана во наставно-научно звање *доцент* во областа маркетинг и бизнис менаџмент, со Одлука бр. 2102-246/3. Согласно со одлуките за ангажман на наставничкиот кадар предметен професор е на предметите Ресторански менаџмент, Глобален бизнис, Менаџмент на мал бизнис, Маркетинг менаџмент, Маркетинг истражување, Маркетинг во туризам и угостителство на прв циклус студии. На втор циклус студии предметен професор е на предметите: Финтек маркетинг, Квалитет на услуга, Бренд менаџмент, Дигитален маркетинг, Дигитален маркетинг во туризмот и Маркетинг и менаџмент во туризмот.

Посебни услови за избор кои треба да ги поседува кандидатот за избор во наставно-научно звање вонреден професор:

1. *Учество во научноистражувачки проекти:* Кандидатката д-р Наташа Митева е учесник во тимот на проектот „Тур-ре-Тур“, Факултет за туризам и бизнис логистика, Универзитет „Гоце Делчев“ – Штип. Стручно-апликативен проект организиран од страна на ФТБЛ при УГД-Штип за организирање на сертифицирана настава за профилирање на

стручни лица од областа на туризмот.

2. *Рецензирана скрипта и практикум:*

Miteva, Natasha (2022) *Маркетинг менаџмент (е-скрипта)*. ISBN 978-608-244-918-0, <https://eprints.ugd.edu.mk/30426/>

Miteva, Natasha (2022) *Маркетинг менаџмент (е-практикум)*. ISBN 978-608-244-917-3, <https://eprints.ugd.edu.mk/30427/>

1. *Придонес во оспособувањето на помлади наставници и соработници:* доц. д-р Наташа Митева била ментор на повеќе дипломски труда и рецензент на научни трудови.

2. *Има остварено минимум поени кои се однесуваат на целокупната актива на лицето:* (НО)=30; (НИ)=38; (САОР)=7 или вкупно 75 поени: Кандидатката д-р Наташа Митева во изминатиот период има објавени неколку трудови, рецензирана скрипта и практикум, член е на повеќе организациски одбори на научни списанија, била рецензент на трудови при објавување во ИЈЕМТ 2021 година (International Journal Of Economics, Management And Tourism), учествувала во бројни активности од стручно-апликативна дејност и организациско-развојна дејност. Согласно со табелата на активности кандидатката има остварено НО=30 поени, НИ = 82.5 и САОР=74 поени, односно вкупно 186.5 поени.

Листа на објавени научни и стручни трудови

1. **Miteva, Natasha** and Popova, Dushica (2022) *Relationship between restaurant management and customer satisfaction*. Journal of the Institute of Economics - Skopje, 24 (3). pp. 139-151. ISSN 1857-7741 (**indexed in EBSCO**)

Во овој труд е анализирана услужната индустрија и нивниот фокус на потрошувачите. Услужните бизниси по дефиниција се во директна врска со потрошувачите кои пак имаат моментално влијание врз крајната понуда. За таа цел на компаниите од услужната индустрија приоритет им е задоволувањето и потрошувачките потреби и желби, здобивање на потрошувачката сатисфакција и лојалност, а со тоа и зголемен профит. Рестораните се дел од услужната индустрија и континуирано се соочуваат со предизвици заради нивните секојдневни активности и променливи трендови на пазарите. Разгледувајќи го работењето на рестораните, јасно е дека ниту еден консумент не би се вратил во ресторан во кој се соочил со лоша услуга. Иако во литературата веќе е потврдена позитивната врска помеѓу квалитетот на услугата и потрошувачката сатисфакција, целта на овој труд е да ги анализира потрошувачите и да тестира две хипотези. Според првата хипотеза менаџмент на ресторанот додава вредност на искуството за јадење, а за да се тестира истата беше спроведен прашалник на репрезентативен примерок. Прашањата ги опфатија сите материјални и нематеријални фактори кои додаваат вредност за потрошувачот и тоа квалитет на храна, квалитет на услуга, локација, уникатност на мени, ентериер и амбиент на ресторан, вредност за цена, време за услуга, потрошувачка приватност, препораки и сл. Втората хипотеза тврди дека ресторанскиот менаџмент има позитивно влијание врз потрошувачката перцепција за што исто така беше спроведен прашалник вклучувајќи прашања за нематеријални фактори како што се добра вредност, хигиена на ресторанот, вкусна храна, знаење и подготвеност на вработените, нови или сезонски промени на мени итн. Резултатите презентирани во трудот укажуваат на силната врска помеѓу факторите и потрошувачите, а ресторанскиот менаџмент има големо влијание врз добрата потрошувачка услуга, додава вредност за потрошувачите и за возврат ја зголемува лојалноста и сатисфакцијата кај нив.

2. **Miteva, Natasha** (2022) *Social media as a tool for modern marketing*. Knowledge - International journal scientific papers, 54 (1). pp. 111-116. ISSN 1857-923X

Во природата на луѓето е да се социјализираат и да собираат и споделуваат информации кои се од голема важност за нив. Во ера доминирана од технологијата, секој кој има улога во денешниот бизнис свет треба да најде начин да остане во тек со промените за да не биде исфрлен. Во овој труд е даден краток преглед на промените предизвикани од интернетот и дигиталниот маркетинг и алатките кои се дел од стратегиите на дигиталниот маркетинг. Посебен акцент на трудот е ставен на социјалните медиуми, односно начинот на кои тие се користат со цел подобрување на брендот, зголемување на бројот на потрошувачи, таргетирање, зголемување на продажба итн. Истакнати се

придобивките од користењето на социјалните медиуми, односно нивната ефективност и ниските трошоци. На крај анализиран е степенот до кој социјалните медиуми им помага на потрошувачите да донесат одлуки при купување, бидејќи социјалните медиуми ги информираат, инспирираат, повикуваат и им влијаат на потрошувачите.

3. Temelkov, Zoran and **Miteva, Natasha** (2022) *Areas and activities influenced by the fintech industry*. Journal of economics, 7 (2). pp. 68-77. ISSN 1857-9973 (indexed in EBSCO)

Трудот има за цел да ги прикаже областите и активностите кои се позитивно засегнати од развојот на финтек индустријата. Финтек индустријата доживеа голем раст од кризата од 2007/2008 година поттикната од голем број фактори како што се промената на демографијата, технолошкиот напредок, промената на преференциите на клиентите и поволните средини во некои региони. Во денешно време речиси сите финансиски производи и услуги што ги нудат традиционалните банки и финансиски институции, исто така ги нудат и финтек компаниите на многу поефикасен и попријатен начин. Земајќи ги понудите на финтек компаниите и нивното влијание, трудот покажува дека тие придонесуваат за поддршка и промоција на претприемачките и деловните активности на малите и средни претпријатија. Дополнително со подобрувањето на финансиската вклученост на небанкарските активности, постојат сегменти каде финтек компаниите ја намалуваат сиромаштијата и создаваат вработувања.

4. **Miteva, Natasha** and Popova, Dushica (2022) *Boost your brand image with digital marketing*. In: EBSiDe 2022: XII International Conference on Economy, Business & Society in Digitalized Environment

Овој труд во фокусот го става дигиталниот маркетинг и неговата цел да изгради програма со која ќе се истакнат и исполнат организациските цели. Дополнително со дигиталниот маркетинг и технологијата компаниите остануваат во континуиран контакт со потрошувачите ги достигнуваат и надминуваат нивните барања. Во трудот се презентирани последните актуелни статистики од интернет корисниците, начинот на нивно користење за исполнување на целите на дигиталниот маркетинг и фокусот на зголемување на организациските брендови. Фокусот на трудот е градењето и подобрувањето на брендот на компаниите офлајн и онлајн, но со помош на дигиталниот маркетинг.

5. **Miteva, Natasha** and Popova, Dushica (2022) *How business imitation helps companies especially during pandemic crises*. In: International scientific conference: Challenges of tourism and business logistics in the 21st century (ISCTBL 2022)

Фокусот на овој труд е користењето на бизнис имитација за успех кај компаниите посебно во време на пандемија. Бизнис пионерството отсекогаш се сметало за критичен фактор за успех или конкурентска предност кон која се стреми речиси секој претприемач. По дефиниција, деловното пионерство вклучува барање можности, промени, предизвици, празнини што треба да се пополнат и без страв да се води и заземе став кога е потребно. Според тоа, деловните пионери уживаат најголемо ниво на успех, лојалност и сите придобивки што ги иноваторството и лидерството. Сепак, и стратегиите за имитација на бизнис се покажаа дека носат успех. Целта на овој истражувачки труд е да ја укаже разликата помеѓу пионерството и имитирањето и да докаже дека стратегиите за имитација на бизнисот резултираат со успех. Понатаму, беше направен преглед на литература со цел да се покаже како деловната имитација може да им помогне на компаниите од различни индустрии во најтешките времиња посебно во пандемирските кризи. Во исто време, важноста на претприемачките и менаџерските вештини е исто така сумирана, бидејќи тие се одговорни за успешна имплементација на стратегијата и долгорочно инкорпорирање

6. Popova, Dushica and **Miteva, Natasha** (2022) *Impact of customer satisfaction on customer loyalty in a restaurant*. In: International Scientific Conference: Challenges of tourism and business logistics in the 21st century (ISCTBL 2022)

Целта на овој труд е да го истакне влијанието на потрошувачката сатисфакција врз нивната лојалност. Дополнително, фокусот во трудот е да се дефинираат соодветните атрибути кои ја дефинираат потрошувачката сатисфакција и лојалност и да се одреди влијанието на сатисфакцијата врз потрошувачката лојалност од ресторанските услуги. Примената на моделирање со структурни равенки потврди статистички значајна врска и директно влијание на задоволството врз лојалноста на корисниците на услугите. За да

се направи тоа, статистички беа обработени 163 пополнети прашалници. Задоволството се мери со три атрибути, а лојалноста со два атрибути. Валидноста на прашалникот беше потврдена со вредност на коефициентот на Кронбах алфа од 0,89. Композитната доверба (CR) е поголема од 0,6, а просечната варијабилност (AVE) е поголема од 0,6 за сите латентни променливи (конструктори) („задоволство“ и „лојалност“). Исто така, соодветноста на моделот на структурни равенки беше потврдена со Fit Statistic Results: Goodness-of-fit Index (GFI), Adjusted Goodness-of-fit Index (AGFI), Standardized Root Mean Square Residual (SRMR), Root Mean Square Error на приближување (RMSEA), компаративен индекс на соодветност (CFI) и нормализиран индекс (NFI), индекс на Такер-Луис (TLI). Овој модел може да го мери, следи и подобри задоволството на клиентите од услугата во ресторанот, како и нивната лојалност.

7. **Popova, Dushica and Miteva, Natasha** (2021) *Service quality models in hospitality industry*. In: ISCTBL 2021.

Овој труд има за цел воспоставување на применливи модели за мерење на квалитетот на услугата во угостителска индустрија. Со имплементација на различни мерни модели и инструменти за мерење и определување на квалитетот на услугата, придонесува за зголемување на задоволството на клиентите и зајакнување на лојалноста. Мерењето на квалитетот на услугата обезбедува конкретни податоци за кои може да се користат квалитетен менаџмент, со кој угостителството ќе има можност да следи, контролира и одржување на квалитетот на услугата. Поради повеќе димензионалниот концепт на квалитет на услугата, идентификувани се неколку модели за мерење на квалитетот.

8. **Miteva, Natasa and Popova, Dushica and Kuzelov, Aco** (2020) *Digital marketing and its importance during the pandemic*. In: Third International Scientific Conference: Challenges of tourism and business logistics in the 21st century »ISCTBL 2020«, 13 Nov 2020, Stip

Маркетингот игра огромна улога во секој конкурентен бизнис, секој ден од неговото работење. Економската криза и светската пандемијна состојба со која се соочуваме деновиве имаат големо влијание врз компаниите, клиентите и продажбата. Дополнително, стана очајна потреба за опстанок за бизнисите, без разлика колку се големи или мали. Овој труд ја истакнува важноста на дигитален маркетинг и ефектот врз публиката, присуството, продажбата, растот и вработувањето. Трудот нуди детален приказ како со употреба на тактики за дигитален маркетинг, бизнисите можат да ги одржуваат и развиваат нивните односи со клиентите, да ја зголемуваат лојалноста и да создаваат одржлив бренд. Преземајќи ги сите овие чекори кон успехот, а во исто време искористувајќи ги овие стратегии со ниски трошоци и време, бизнисите го учат, имплементираат и користат секој можен аспект на дигиталниот маркетинг со цел да успеат во тешката ситуација со која се соочуваат денес.

9. **Miteva, Natasa and Popova, Dushica** (2019) *The impact of world hotel chains in Macedonia*. In: International scientific conference “Challenges of tourism and business logistics in the 21st century, ISCTBL, 13 Sept 2019, Stip.

Целта на овој труд е да го претстави влијанието што хотелските синцири го имаат на македонскиот пазар. Растот на бројот на туристи, како и потрошувачката, извозот на туристите, странските инвестиции, БДП и атрактивните понуди за работа се само неколку од предностите што ги нудат хотелските синцири на пазарите поради нивниот висок ранг, углед и признание. Покрај нивното директно влијание, има и индиректно влијание врз земјата во целина, што вклучува дефинирање на туристичкиот производ на земјата, модернизација, стандардизација, можности за подобра позиција на светскиот пазар и конкурентност. Дополнително, присуството на светските хотелски синцири на македонскиот пазар подразбира прифаќање на повисоки работни стандарди и препознавање од страна на потрошувачите, што води дополнително кон одржлив развој на туризмот.

**Стручно-апликативна дејност и организациско-развојна дејност
Проекти**

За време на изборниот период кандидатката д-р Наташа Митева учествува во научноистражувачки и апликативни проект и тоа:

10. Учесник во тимот на проектот „Тур-ре-Тур“, Факултет за туризам и бизнис логистика, Универзитет „Гоце Делчев“ – Штип, (2020-тековно). Стручно-апликативен проект организиран од страна на ФТБЛ при УГД-Штип за организирање на сертифицирана настава за профилирање на стручни лица од областа на туризмот.

Кандидатката во последните пет години ги има публикувано следните учебници во земјата, кои имаат научноистражувачка, но и стручно-апликативна примена:

Miteva, Natasha (2022) *Маркетинг менаџмент (е-скрипта)*. ISBN 978-608-244-918-0, <https://eprints.ugd.edu.mk/30426/>

Ракописот е рецензирана е-скрипта, претставува прв дел и е наменета за студентите кои го изучуваат предметот Маркетинг менаџмент на Факултет за туризам и бизнис логистика при Универзитет „Гоце Делчев“, Штип. Основната цел е да даде придонес во воведувањето и изучувањето на областа на маркетинг менаџментот вклучувајќи ги основните активности како развој на маркетинг стратегии и планови, разгледување на маркетинг наоди и перформанси, поврзување со потрошувачи, градење на силни брендови, формирање на пазарни понуди, испорака на вредност и креирање на успешен долгорочен раст. Материјата нуди практични базични знаења и е приспособена кон потребите и знаењата на студентите од додипломски студии. Дополнително, концизното и експлицитно презентирање на оваа проблематика дава можност за користење на материјалот како за студентите, така и за сите заинтересирани за оваа област. Како прво издание, оваа е-скрипта не ја исклучува можноста за постоењето на одредени недостатоци, при што, секоја добронамерна сугестија и забелешка со посебно задоволство ќе бидат прифатени.

Miteva, Natasha (2022) *Маркетинг менаџмент (е-практикум)*. ISBN 978-608-244-917-3, <https://eprints.ugd.edu.mk/30427/>

Ракописот е рецензиран е-практикум наменет за студентите коишто го изучуваат предметот *Маркетинг менаџмент* на Факултетот за туризам и бизнис логистика при Универзитетот „Гоце Делчев“ во Штип. Основната цел е да поттикне размислувања и дискусии кои ќе придонесат во решавањето на проблеми со кои се соочуваат маркетинг менаџерите во сите организации ширум светот. Вежбите во практикумот се поврзани со материјата обработена во е-скриптата *Маркетинг менаџмент*. На почетокот се дадени и предлог-теми за изработка на проектни задачи по истоимениот предмет. Како прво издание, овој е-практикум не ја исклучува можноста за постоење на одредени недостатоци, а секоја добронамерна сугестија и забелешка ќе биде прифатена со особено задоволство.

Членство во организации, работни тела и комисии

Во изборниот период, кандидатката д-р Наташа Митева е член на повеќе факултетски органи и комисии и тоа: Наставно-научен совет при Факултет за туризам и бизнис логистика, претседател на конкурсна комисија за упис на студенти на втор циклус на студии на Факултет за туризам и бизнис логистика, продекан за настава на ФТБЛ.

11. Од мај 2016 г. – член на Наставно-научен совет при Факултет за туризам и бизнис логистика;
12. 2020, 2021, 2022 - претседател на Конкурсна комисија за упис на студенти на втор циклус студии на Факултет за туризам и бизнис логистика при Универзитет „Гоце Делчев“ во Штип;
13. Од 22.9.2022 - продекан на ФТБЛ избрана со непосредно и тајно гласање на 278. седница на Наставно-научниот совет на Факултет за туризам и бизнис логистика (Одлука бр. 2102-186/5);
14. Од 22.1.2020 г. - продекан на ФТБЛ избрана со непосредно и тајно гласање на 218. седница на Наставно-научниот совет на Факултет за туризам и бизнис логистика (Одлука бр. 2102-34/5);
15. Потпретседател на Организациски комитет, Меѓународен програмски комитет и член на техничко уредување на 4. Меѓународна научна конференција „Предизвици

- во туризмот и бизнис логистиката во 21 век“ - 4th International scientific conference of tourism and business logistics, ISCTBL 2021;
16. Потпретседател на Организациски комитет, Меѓународен програмски комитет и член на техничко уредување на 5. Меѓународна научна конференција „Предизвици во туризмот и бизнис логистиката во 21 век“ - 5th International scientific conference of tourism and business logistics, ISCTBL 2022;
 17. Член на издавачки и меѓународен редакциски одбор, одговорен уредник на Годишен зборник на ФТБЛ;
 18. Член на Организациски одбор на 5th International Rural Tourism Congress „Rural tourism: quality, sustainability, inclusiveness“ Cavtat, April 27 - 30, 2022;
 19. Учество на Научен собир со презентација - Scientific and Practical Conference on: “Development of Bulgarian and European Economies - Challenges and Opportunities”, St. Cyril and St. Methodius” University of Veliko Tarnovo, Faculty of Economics, 2022;
 20. Потпретседател на Организациски комитет на Првиот меѓународен студентски симпозиум на ФТБЛ „Предизвиците во новиот свет на дигиталната ера – мултидисциплинарен пристап“ /FIRST INTERNATIONAL STUDENTS’ SYMPOSIUM OF THE FACULTY OF TOURISM AND BUSINESS LOGISTICS “CHALLENGES IN THE NEW WORLD OF THE DIGITAL ERA - A MULTIDISCIPLINARY APPROACH”;
 21. Меѓународен вебинар на Универзитет „Гоце Делчев” – Штип на тема „Новото време, мојот факултет и јас” (индустриска револуција), 29.10.2021, Универзитет „Гоце Делчев” – Штип;
 22. Вебинар „Финтек секторот, дигиталната трансформација и стратегиите во банкарскиот сектор”, 15.11.2021, Факултет за туризам и бизнис логистика, Универзитет „Гоце Делчев” – Штип;
 23. Член на Организациски одбор на XII по ред традиционална Туристичко-гастрономска изложба на алтернативни форми за развој на туризмот, одржана на 22.9.2021 г. (Одлука 2102-133/5 од 29.4.2021);
 24. XIII по ред традиционална Туристичко-гастрономска изложба на алтернативни форми за развој на туризмот, 2022;
 25. Претседател на Комисија за спроведување на избори и утврдување на резултати од тајно гласање за членови и претседател на Факултетско студентско собрание (Одлука 2103-69/1 од 24.2.2021);
 26. Модератор, член на Организациски комитет и член на Меѓународен програмски комитет на Четвртата меѓународна научна конференција - CHALLENGES OF TOURISM AND BUSINESS LOGISTICS IN THE 21ST CENTURY (ISCTBL);
 27. Рецензент на научни трудови од списанието IJEMT (International journal of economics, management and tourism), Vol 2 N1, April 2022;
 28. Модератор, член на Организациски комитет и член на Меѓународен програмски комитет на 5. Меѓународна научна конференција - CHALLENGES OF TOURISM AND BUSINESS LOGISTICS IN THE 21ST CENTURY (ISCTBL), 30.4.2022;
 29. Учество на планинарска тура „Дојди на Кожув, запознај го регионот со ФТБЛ“, организиран од ФТБЛ во соработка со Општина Гевгелија и Планинарско-спортскиот клуб „Двете уши“, 9.5.2022 г.;
 30. Изработка на елаборати за прв циклус на студии: Туризам и угостителство акредитиран 2022 год., Хотелско-ресторански менаџмент акредитиран 2022 година, Бизнис администрација и Бизнис логистика акредитирани 2021 година;
 31. Изработка на елаборати за втор циклус студии акредитирани во 2021 година: Меѓународен туризам (60 ЕКТС и 120 ЕКТС), Бизнис администрација (60 ЕКТС и 120 ЕКТС) и Бизнис логистика (60 ЕКТС и 120 ЕКТС);
 32. Член и претседател на комисији за одбрана на дипломски работи;
 33. Ментор на дипломски работи.

Членство во научни мрежи, стручни платформи и бази на податоци:

*2022=E-CRIS.MK - информациски систем за истражувачка дејност во Македонија
(<https://e-cris.mk.cobiss.net/>)

*2013=UGDScholar (<http://scholar.ugd.edu.mk/mitevan>)

*2013=AcademiaEdu (<https://ugd.academia.edu/NatashaMiteva>)

*2013=ResearchGate (https://www.researchgate.net/profile/Natasha_Miteva)

*2012=UGD AcademicRepository

(<http://eprints.ugd.edu.mk/view/creators/Miteva=3ANatasa=3A=3A.html>)

ЗАКЛУЧОК И ПРЕДЛОГ

Врз основа на приложената документација, Комисијата констатира дека на распишаниот Конкурс за избор на наставник за сите звања за научната област маркетинг и бизнис менаџмент на Факултетот за туризам и бизнис логистика при Универзитет „Гоце Делчев“ во Штип се пријави кандидатката д-р Наташа Митева.

Врз основа на изложеното, Комисијата го потврдува научниот и стручен развој на кандидатката д-р Наташа Митева и значајниот придонес кој го дава во предложените области маркетинг и бизнис менаџмент.

Рецензентската комисија е едногласна во оценката дека со целокупната своја досегашна работа и позитивната оценка од самоевалуацијата, доцент д-р Наташа Митева има одличен придонес во наставно-образовната, научноистражувачката и стручно-апликативната и организациско-развојната дејност.

Согласно со претходно изнесеното, а во согласност со Законот за високо образование и со Правилникот за критериумите и постапката за избор во наставно-научни, научни и наставни звања на Универзитет „Гоце Делчев“ – бидејќи конкретниот кандидат ги исполнува сите наведени критериуми за избор во звањето доцент, **му предлагаме на Наставно-научниот совет на Факултет за туризам и бизнис логистика при Универзитет „Гоце Делчев“ кандидатката д-р Наташа Митева да ја избере во звањето вонреден професор за наставно-научната област маркетинг и бизнис менаџмент.**

РЕЦЕНЗЕНТСКА КОМИСИЈА

Д-р Елизабета Митрева, редовен професор, претседател, с.р.

Д-р Мичо Апостолов, редовен професор, член, с.р.

Д-р Душко Јошески, вонреден професор, член, с.р.

ТАБЕЛА НА АКТИВНОСТИ КОИ СЕ БОДИРААТ ПРИ ИЗБОРОТ ВО ЗВАЊЕ

Ред. бр.	НАСТАВНО-ОБРАЗОВНА ДЕЈНОСТ	Поени	Вкупно
4	Избор во звање доцент	30	30
ВКУПНО		30	

Ред. бр.	НАУЧНОИСТРАЖУВАЧКА ДЕЈНОСТ И СТРУЧНО-УМЕТНИЧКИ АКТИВНОСТИ	Поени				Вкупно
		Во земјава		Во странство		
		Број	Поени	Број	Поени	
4	Научен труд објавен во меѓународно научно списание (прв автор, втор автор, останати автори) (9/6/3) (Реф. 1 – 9)	5	9	1	9	72
		3	6			
9	Учество на научен собир со реферат (постер/усно), концерт во земјава и во странство (Реф. 1, 4, 7, 21)	3	1/1.5	1	1.5/2	6.5
24	Рецензент на научен труд (СЦИ/ЦА/ останати) (2.1/5.1) 4 рецензии за трудови пријавени во ИЈЕМТ 2021	4	1			4
ВКУПНО						82.5

Ред. бр.	СТРУЧНО-АПЛИКАТИВНА ДЕЈНОСТ И ОРГАНИЗАЦИСКО-РАЗВОЈНА ДЕЈНОСТ	Поени				Вкупно
		Во земјава		Во странство		
		Број	Поени	Број	Поени	
1	Книга/учебник (Реф. 11 и 12)	2	10		15	20
10	Член на уредувачки одбор на стручно списание (Реф. 17,18, 19, 20, 22, 25, 26)	6	0.5	1	2	5
13	Учесник во научен проект (максимум во три проекти) (Реф 10)	1	5		8	5
17	Елаборати и експертизи (Реф. 32 и 33)	10	2		4	20
23	Продекан	8				8
28	Член на факултетски орган, комисија (Р еф. 13, 14, 27)	8*2				16
ВКУПНО						74
ВКУПНО БОДОВИ ОД СИТЕ ОБЛАСТИ						186.5