

**РЕЦЕНЗИЈА**  
**НА УЧЕБНИКОТ „ПРОМОТИВНИ АКТИВНОСТИ“ ОД АВТОРИТЕ**  
**ПРОФ. Д-Р БИЛЈАНА ПЕТРЕВСКА И ПРОФ. Д-Р ДАЛИБОРКА БЛАЖЕСКА,**  
**ФАКУЛТЕТ ЗА ТУРИЗАМ И БИЗНИС ЛОГИСТИКА,**  
**УНИВЕРЗИТЕТ „ГОЦЕ ДЕЛЧЕВ“ - ШТИП**

Врз основа на одредбите од Статутот и Правилникот за единствените основи за остварување на издавачката дејност на Универзитетот „Гоце Делчев“ - Штип, како и Одлуката бр. 2102-119/5 од 227. редовна седница на Наставно-научниот совет на Факултетот за туризам и бизнис логистика, одржана на 18.6.2020 година, избрана е Рецензентска комисија во состав:

1. **д-р Лидија Симонческа**, редовен професор, Факултет за туризам и угостителство – Охрид, Универзитет „Св. Климент Охридски“ – Битола;
2. **д-р Ленче Петреска**, редовен професор, Факултет за економија и организација на претприемништво, Меѓународен славјански универзитет „Г. Р. Державин“ – Свети Николе

за изготвување извештај, рецензија на приложениот ракопис **„ПРОМОТИВНИ АКТИВНОСТИ“** од проф. д-р Билјана Петревска и проф. д-р Далиборка Блажеска наменет за студентите од прв циклус студии на Факултетот за туризам и бизнис логистика при Универзитет „Гоце Делчев“ - Штип.

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

**ИЗВЕШТАЈ**

**Општи податоци за ракописот:** Ракописот „ПРОМОТИВНИ АКТИВНОСТИ“ е наменет првенствено за студентите од Факултетот за туризам и бизнис логистика како основна литература при реализација на наставната програма по предметот Промотивни активности, кој е задолжителен предмет на насоките Туризам и Гастрономија, исхрана и диететика (V семестар, фонд на часови 2+2+1) и избран предмет на Хотелско-ресторанска насока (IV семестар, фонд на часови 2+1+1).

**Податоци за обемот на ракописот:** Ракописот е напишан на А4 формат, нормален проред, фонт Arial со македонска поддршка, големина на буквите 11 и има вкупно 194 страници. Предложениот обем и содржината ги задоволуваат критериумите според предвидениот број на часови и според одредбите од Правилникот за единствените основи за остварување на издавачката дејност на Универзитет „Гоце Делчев“ – Штип. Ракописот е подготвен според пропишаните Наставни програми и барањата кои се поставуваат пред студентите од прв циклус студии и е подготвен за да даде основни сознанија за предметот Промотивни активности.

**Податоци за постоење на сличен или ист наслов:** Според наши сознанија, ова е прв ракопис кој на ваков начин согласно со наставната материја, структурно и методолошки ги разработува основните концепти на промотивните активности.

**Краток опис на содржината:** Учебникот е напишан на оригинален начин, со јасен и разбирлив јазик. Ракописот методолошки е структуриран во пет глави кои меѓу себе

се надополнуваат, а во секоја од нив се разработени основните поставки, потребата и значењето на промотивните активности во деловното комуницирање со потрошувачите. Секоја глава започнува со кратко информативно појаснување за точките кои ја обработуваат главната тема понудена како глава. Учебникот се состои од пет тематски целини: 1. Општи аспекти на промоцијата; 2. Креативност и препознатливост; 3. Основни форми на промотивни активности; 4. Средства и медиуми за промоција; 5. Планирање на промотивни активности.

Во првата глава, насловена како Општи аспекти на промоцијата, обработени се најелементарните поими кои се однесуваат на запознавање со поимот, целите и задачите на промоцијата и комуникацијата. Втората глава, насловена како Креативност и препознатливост, покрај што ги појаснува овие поими става акцент на креирањето креативна препознатлива промотивна порака. Третата глава е носител на содржината на материјалот, во која детално се опишани основните форми на промотивни активности: економска пропаганда, унапредување на продажбата, односи со јавност и публицитет, лична продажба и директен маркетинг. Покрај примарните облици на промоција, појаснети се и други форми на промотивни активности (спонзорство, наменско организирање патувања за целни групи, блогери, влогери и инфлуенсери). Во четвртата глава, насловена како Средства и медиуми за промоција, детално се објаснети основните видови промотивни средства, и тоа: графички (постер, флаер и проспект, фотографија, репортажа и статија, туристичка карта, туристички водич и други средства за надворешно графичко промовирање), аранжмански (саем, изложба и манифестација) контактни (пропагандно предавање и конференција за печат), сувенирски и интерактивни средства (веб-страница, социјални мрежи, веб-реклама, систем за препорака, апликација за паметни телефони и други). Воедно, детално се објаснети медиумите (телевизија, радио, печатени медиуми и Интернет) и нивното значење и примена во промотивни цели. Последната, петта глава ги презентира теоретските основи на процесот на планирање на основните промотивни активности како предуслов за креирање успешна промотивна кампања.

Со цел на студентите да им се овозможи полесно совладување на материјата, разбирање на посложените поими и поврзување на теоретските и методолошките концепти со практиката, по завршување на секоја глава, дадени се прашања за дискусија кои им овозможуваат на студентите да проверат дали целосно ја разбрале наставната материја. Воедно, дадени се и вежби кои поттикнуваат интерактивност, како и анализа на конкретни реални примери. На крајот од ракописот, соодветно се нотирани библиографските единици кои се цитирани во текстот, а се однесуваат на монографски единици, периодични списанија, статии, извештаи и интернет страници.

Може да се констатира извонредна систематичност во презентирањето на содржините на ракописот. Авторите покажуваат големо стручно и научно познавање на третираната проблематика. Начинот на појаснување на сите сложени прашања од областа на промоцијата е многу пристапен со примена на примери од непосредната практика. Оттука, концизното и експлицитното презентирање на проблематика од оваа област, дава голема можност за користење на овој материјал не само за студентите, туку и пошироко.

## ЗАКЛУЧОК

Овој ракопис претставува успешен обид на авторите да претстават научен материјал со висок квалитет, во кој се даваат можности за стекнување пошироки знаења од областа на промоцијата. Врз основа на изложеното може да се заклучи дека предложениот ракопис-учебник насловен како „Промотивни активности“ е во согласност со студиската програма и наставниот план на Факултетот за туризам и бизнис логистика. Ракописот од педагошки и научен аспект го поседува потребното ниво соодветно за студентите на прв циклус студии.

Оттука, на **Наставно-научниот совет на Факултетот за туризам и бизнис логистика при Универзитетот „Гоце Делчев“ во Штип** со задоволство му предлагаме ракописот **„ПРОМОТИВНИ АКТИВНОСТИ“** од авторите проф. д-р Билјана Петревска и проф. д-р Далиборка Блажеска да го прифати како **УЧЕБНИК**.

### Рецензенти

**Д-р Лидија Симонческа**, редовен професор, Факултет за туризам и угостителство – Охрид, Универзитет „Св. Климент Охридски“ – Битола, с.р.  
**Д-р Ленче Петреска**, редовен професор, Факултет за економија и организација на претприемништво, Меѓународен славјански универзитет „Г. Р. Державин“ – Свети Николе, с.р.