

## РЕЦЕНЗИЈА

**НА РАКОПИСОТ „МАРКЕТИНГ МЕНАџМЕНТ“ 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. 2102-198/5 од 279. седница на Наставно-научниот совет на Факултет за туризам и бизнис логистика, одржана на ден 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 менаџмент“** од **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 6 тематски поглавја и истиот е предвиден како прв дел за предавања на студентите. Материјалот дава придонес во воведувањето и изучувањето на областа на маркетинг менаџмент, вклучувајќи ги основните активности кои истоимениот оддел ги спроведува. Тука спаѓаат 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. Ракописот е наменет за студентите на Факултетот за туризам и бизнис логистика при Универзитетот „Гоце Делчев“ – Штип, по предметот *Маркетинг менаџмент* 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 менаџмент*.

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

**Податоци за обемот на ракописот:** Ракописот „*Маркетинг менаџмент*“ е систематизиран во 6 глави на 98 страници, поткрепен со слики и табели кои ќе помогнат во доближување и поедноставување на материјалот до студентите. 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 претставува квалитетен труд кој ќе им помогне на студентите да го совладаат материјалот по Маркетинг менаџмент. Ваков тип на електронска скрипта од областа на Маркетинг менаџмент 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:** Ракописот е систематизиран во 6 глави и тоа:

Глава 1 Дефинирање на маркетинг

Глава 2 Стратегиско планирање

Глава 3 Собирање информации и предвидување на побарувачка

Глава 4 Спроведување на маркетинг истражување

Глава 5 Поврзување со потрошувачите

Глава 6 Оформување на пазарни понуди.

Во првата глава наречена *Дефинирање на маркетинг* се дава јасен и концизен преглед на маркетингот како дисциплина, која е неговата цел, дефинирање на истиот и неговите клучни маркетинг концепти. Во оваа глава се дефинираат и целните пазари како начинот на позиционирање и сегментирање на пазарите. Од голема важност е разгледувањето на новите маркетинг реалности со кои компаниите денес се соочуваат како и задачите на маркетинг менаџментот. Затоа овие теми се воведени во првото поглавје од ракописот.

Во втората глава *Стратегиско планирање* се истакнува дефиницијата една од најважните функции на маркетинг менаџментот односно планирањето. Понатаму опфатени се темите за создавање потрошувачка вредност, разгледани се организациите како ентитети и организациската култура и обработени се маркетинг иновациите со кои се соочуваат компаниите во денешното динамично опкружување. На крајот од втората глава обработена е тема за стратегиското планирање на бизнис единицата.

Во третата глава *Собирање информации и предвидување на побарувачка* се фокусира на темите како што се компоненти на модерниот маркетинг информативен систем, внатрешната евиденција и маркетинг интелигенцијата. Дел од ова поглавје е и тема посветена на анализата на макроопкружувањето со кое маркетинг менаџментот има директен контакт. Во поглавјето се опфатени и теми за мерење, проценка и предвидување на побарувачка што се од клучно значење при настап на пазарот.

Четвртата глава *Спроведување на маркетинг истражување* опфаќа теми кои го обработуваат целиот процес на истражувањето од поставување систем до разни метрики и модели за маркетинг истражувањето. На крај се обработени и маркетинг контролните карти.

Петтата глава *Поврзување со потрошувачите* го обработува фокусот на успешните компании, потрошувачот. Во поглавјето обработени се теми за управување со односите на клиентите и потрошувачка профитабилност. Детално се објаснети различните тактики кои компаниите ги применуваат со цел да ги задржат постоечките потрошувачи, да привлечат нови потрошувачи и да изградат лојални потрошувачи.

Шестата глава *Оформување на пазарни понуди* се однесува на понудата со која компанијата настапува на пазарот, односно понудата насочена кон потрошувачите. Поголавјето опфаќа теми за формулирање на производна стратегија, начини за диференцијација на производи и услуги, дизајнирање и управување со услуги, управување со квалитет на услуги, како и развој на ценовни стратегии и програми.

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 електронска скрипта со теоретски и практичен приказ кој ќе им овозможи на студентите на јасен начин да се стекнат со знаење од областа на маркетинг менаџментот. Овој ракопис претставува успешен обид на авторот да претстави научен материјал со висок квалитет во кој се дава можност за стекнување на пошироки знаења од областа на маркетинг менаџментот. Цениме дека оваа скрипта ќе даде придонес во процесот на образованието на РС Македонија поради опфатеноста на стручни и научни сегменти поврзани со маркетинг менаџментот. Од методско-дидактички аспект, стручно-научните содржини во ракописот се обработени според логично утврден редослед, напишани на оригинален начин со јасен и разбирлив јазик. Скриптата од педагошки и научен аспект го поседува потребното ниво соодветно за студентите од прв циклус студии. Концизното и експлицитното презентирање на проблематиката од оваа област дава можност за користење на овој материјал не само за студентите туку и пошироко.

Затоа имаме чест **позитивно да ја оцениме предложената скрипта „Маркетинг менаџмент“ од доцент д-р Наташа Митева и предлагаме Наставно-научниот совет да ја прифати рецензијата за скриптата и да продолжи понатамошната постапка за објавување.**

## 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.**