

Универзитет „Гоце Делчев“ - Штип



УНИВЕРЗИТЕТСКИ БИЛТЕН

декември 2010 година
Штип

Број 50, 1 декември 2010 година

СОДРЖИНА

РЕФЕРАТ за избор на наставник во насловно звање насловен доцент за наставно-научната област хуманистички науки, подрачје археологија, на Филолошкиот факултет при Универзитетот „Гоце Делчев“ - Штип	3
РЕФЕРАТ за избор на наставник во насловно звање насловен доцент за наставно-научната област хуманистички науки, подрачје археологија, на Филолошкиот факултет при Универзитетот „Гоце Делчев“ - Штип	7
РЕФЕРАТ за избор на помлад асистент за областа машинство на Машинскиот факултет при Универзитетот „Гоце Делчев“ - Штип	11
РЕФЕРАТ за избор на насловен доцент за подрачјето машинство на Машинскиот факултет при Универзитетот „Гоце Делчев“ - Штип	13
РЕФЕРАТ за избор на асистент (специјалист) за научната област микробиологија на Факултетот за медицински науки при Универзитетот „Гоце Делчев“ - Штип.....	18
РЕФЕРАТ за избор на помлад асистент/асистент за научното подрачје фармација на Факултет за медицински науки при Универзитетот „Гоце Делчев“ - Штип	22
РЕФЕРАТ за избор на помлад асистент за научното подрачје клинички медицински науки на Факултетот за медицински науки при Универзитетот „Гоце Делчев“ - Штип	26
РЕФЕРАТ за избор на наставник во насловно звање доцент/вонреден професор за наставно-научното подрачје клиничка медицина на Факултетот за медицински науки при Универзитетот „Гоце Делчев“ - Штип	30
РЕФЕРАТ за избор на наставник во насловно звање доцент / вонреден професор за наставно-научната област ортодонција на Факултетот за медицински науки при Универзитетот „Гоце Делчев“ - Штип	52
РЕФЕРАТ за избор на наставник во насловно звање доцент/вонреден професор за наставно-научното подрачје фундаментални медицински науки на Факултетот за медицински науки при Универзитетот „Гоце Делчев“ - Штип	58
РЕФЕРАТ за избор на помлад асистент група биологија, научна област биохемија на Педагошкиот факултет при Универзитетот „Гоце Делчев“ - Штип	73
РЕФЕРАТ за избор на соработник во соработничко звање помлад асистент за научната област маркетинг на Економскиот факултет при Универзитетот „Гоце Делчев“ - Штип	77

Издавач:

Универзитет „Гоце Делчев“ - Штип

Главен и одговорен уредник: проф. д-р Саша Митрев
 Уредници: проф. д-р Блажо Боев, м-р Ристо Костуранов
 Лектор: Даница Гавриловска-Атанасовска
 Техничко уредување: Славе Димитров, Благој Михов

РЕФЕРАТ

ЗА ИЗБОР НА СОРАБОТНИК ВО СОРАБОТНИЧКО ЗВАЊЕ ПОМЛАД АСИСТЕНТ ЗА НАУЧНАТА ОБЛАСТ МАРКЕТИНГ НА ЕКОНОМСКИОТ ФАКУЛТЕТ ПРИ УНИВЕРЗИТЕТОТ „ГОЦЕ ДЕЛЧЕВ“ - ШТИП

Со Одлука број 1702-160/3 од 28.10.2010 година, донесена на 15. седница на Наставно-научниот совет на Економски факултет одржана на 28.10.2010 година, определени сме за членови на Рецензентска комисија за избор на еден соработник во соработничко звање **помлад асистент** за наставно-научната област **маркетинг** на Економски факултет при Универзитетот „Гоце Делчев“ - Штип во состав:

1. проф. д-р Митре Стојановски - претседател,
2. проф. д-р Трајко Мицески - член,
3. доц. д-р Маргарита Матлиевска - член.

Конкурсот за овој избор беше објавен во дневните весници „Дневник“ и „Лајм“ на 16.10.2010 год. и во предвидениот рок се пријавија кандидатите м-р Жарко Маркоски, м-р Предраг Гаврилов, м-р Дарко Димитров, м-р Тања Митева и м-р Тамара Јованов-Марјанова.

По разгледувањето на поднесената документација, Рецензентската комисија на Наставно-научниот совет на Економскиот факултет при Универзитетот „Гоце Делчев“ му го поднесува следниов

ИЗВЕШТАЈ

На распишаниот Конкурс на Економскиот факултет при Универзитетот „Гоце Делчев“ - Штип за избор на еден соработник, објавен во весниците „Дневник“ и „Лајм“ на 16.10.2010 година, за наставно-научната област **маркетинг** се пријавија следниве кандидати:

1. м-р Жарко Маркоски,
2. м-р Предраг Гаврилов,
3. м-р Дарко Димитров,
4. м-р Тања Митева,
5. м-р Тамара Јованов-Марјанова.

Потребни документи, според Конкурсот:

- пријава;
- диплома за одбранет магистерски труд (еден примерок оригинал и три копии заверени кај нотар; странските дипломи да се нострифицирани);
- кратка биографија (во четири примероци);
- потврда дека се служи со еден од светските јазици;
- список на објавени научни и стручни трудови (по еден примерок од трудовите во оригинал - доколку такви има);
- уверение за државјанство.

Од приложената документација на пријавените кандидати, според Конкурсот, може да се види следниов преглед:

ПРЕГЛЕД

на доставена документација од пријавените кандидати за соработници

Документ/ кандидат	М-р Жарко Маркоски	М-р Предраг Гаврилов	М-р Дарко Димитров	М-р Тања Митева	М-р Тамара Јоаннов Марјанова
пријава	има	има	има	има	има
диплома (еден оригинал и три копии заверени кај нотар)	има рфрн оригинал и три копии заверени кај нотар	има еквиваленција на оценките и решение за признавање на високообразовна квалификација стекната во странство	нема еден оригинал, а има три копии заверени кај нотар	нема еден оригинал, а има три копии од заверка кај нотар	има еден оригинал и три копии заверени кај нотар
Кратка биографија во 4 примероци	има	има	има	има само три примероци	има
Потврда за странски јазик	има	има	има	има	има
Список на објавени трудови	нема	нема	нема	нема	има објавено 5 труда
Уверение за државјанство	има	има	има	нема оригинал, има копија незаверена кај нотар	има

Биографски податоци

Кандидатот **м-р Жарко Маркоски** е роден на 6 декември 1970 година. Во 1995 година дипломира на Електротехничкиот факултет во Скопје. Во учебната 2005/2006 година се запишува на магистерски студии на Економскиот факултет во Прилеп и магистрира во 2010 година на секторот МБА-менаџмент со просечна оценка 8,30 со одбрана на трудот „Електронските платни системи во функција на развојот на финансиската инфраструктура – студија на случај: Република Македонија“ и се стекнува со титулата **магистер по бизнис администрација – МБА менаџмент**. Работното искуство го стекнува во АД ЕМО – Охрид, ПЦ Гребенасти склопки – М. Брод во периодот од 1998 до 2001 година како раководител на Одделението за одржување и заменик-раководител на раководителот на ПЦ Гребенасти склопки, како и во ЕЛС Општина Долнени како советник – комунален инспектор во периодот од 2001 г. до февруари 2010 г.

Кандидатот го познава англискиот јазик и има познавање од Microsoft Office, работа на Интернет и изведба и проектирање на електрични инсталации.

Биографски податоци

Кандидатот **м-р Предраг Гаврилов** е роден на 11 април 1977 година. Средно образование завршува во ДСУ „Љупчо Сантов“ во Кочани, во 1995 година. Во 2002 година завршува додипломски студии на Универзитетот за национално и светско стопанство во Софија, Р. Бугарија, на Факултетот за управување и информатика, сектор Маркетинг. Постдипломски студии завршува во 2010 година на Лондон Метрополитен универзитетот во Лондон, В. Британија, по што се стекнува со титула **магистер по меѓународен бизнис** со просечна оценка 8,91. Во периодот од 2006 до 2010 година работи како подисполнител на бизнис и маркетинг проекти на Лондон Андерграунд Лтд., а во 2008 и 2009 година работи на штандот на БМВ на Лондон автосаемот. Од странските јазици кандидатот ги владее англискиот и бугарскиот јазик. Има познавање и на Microsoft Office и Интернет.

Биографски податоци

Кандидатот **м-р Дарко Димитров** е роден на 12 јануари 1978 година. Во периодот од 1997 до 2002 година студира на Економскиот факултет при Универзитетот „Св. Кирил и Методиј“ - Скопје, отсек Деловна (бизнис) економија. Во 2007 година се запишува на постдипломски студии на Економскиот факултет – Скопје, област Монетарна економија и по одбрана на магистерскиот труд на тема „*Пазарот на пари – состојби и перспективи, со посебен осврт на Република Македонија*“ се стекнува со научен степен **магистер на економски науки од областа на монетарната економија**, со просек 9,89. Работното искуство има како координатор за регионален развој во периодот од 2009 јуни 2010 година, во Центарот за развој на Источен плански регион, а работните активности се сведуваат на изработка на проектни апликации по објавени конкурси од домашни и меѓународни донатори, следење на законските прописи од областа на регионалниот економски развој, координирање на претставниците на власта на локално и национално ниво и изработка на плански документи за развој. Од 2004 до 2008 година работи како наставник по економски предмети во СОУ „Љупчо Сантов“ во Кочани, при што одржува настава на неколку предмети – Економија, Финансиско работење, Сметководство, Статистика и др. Кандидатот го познава англискиот јазик и има познавање од работа со компјутери – Microsoft Office (Word, Excel, PowerPoint), Интернет.

Биографски податоци

Кандидатката **м-р Тања Митева** е родена на 24 јануари 1983 година. Средно образование завршува во 2001 година во ДСУ „Љупчо Сантов“ во Кочани. Во периодот од 2001 до 2006 година ги завршува додипломските студии на Економскиот факултет во Скопје, на департаментот Економија. На Економскиот факултет при Универзитетот „Св. Кирил и Методиј“ се стекнува со титулата **магистер по економски науки**, со просек 8,67, по одбрана на магистерскиот труд на тема „*Финансиските иновации – нова ера на финансискиот развој*“. Работно искуство стекнува како асистент за продажба во Хипермаркетот „Рамстор“ во Скопје. Од странските јазици се служи со англиски и француски јазик. Во работа со компјутери има познавање од Microsoft Office (Word, Excel, PowerPoint) и Интернет.

Биографски податоци

Кандидатката **м-р Тамара Јованов-Марјанова** е родена на 15 август 1984 година во Штип. Основно образование завршува во ОУ „Ванчо Прке“ – Штип. Средно образование завршува во 2003 година во ДСУ „Славчо Стојменски“ во Штип – општа насока. Во учебната 2004/05 година се запишува на Економскиот факултет при Универзитетот „Св. Кирил и Методиј“ – Скопје, отсек - Маркетинг и дипломира на истиот во јуни 2008 година со просек 9,95 и се вбројува меѓу 20-те најдобри студенти од нејзината генерација. Во учебната 2008/09 година се запишува на постдипломски студии на отсек Маркетинг на Економскиот факултет во Скопје, каде во декември 2009 година се стекнува со научен степен **магистер на економски науки од областа на маркетингот**, со просечна оценка 9,89 по успешна одбрана на магистерскиот труд на тема „*Истражување на пазарот на чоколада за подобро конкурентско позиционирање на АД Европа – Скопје*“.

Во својата работна кариера, во областа на маркетингот, кандидатката е ангажирана како стручен соработник на ТРД ТВ Стар - Штип (јануари 2010 година - тековно) и ДПЧТ „Мар&Ева&Мар“ (мај 2009 година - тековно), чиј предмет на работа е анализа на тековното работење, изработка на маркетинг планови, истражување на пазарот, изработка на проекти за стратемски развој на деловните субјекти. Во периодот од декември 2007 до декември 2009 година - како маркетинг агент од страна на Нов пензиски фонд АД - Скопје, при што активностите опфаќаат промоција и продажба на услугите на друштвото. Интересот за образовната работа м-р Тамара Јованов-Марјанова го покажува уште во студентските денови, каде во извршувањето на истата учествува како демонстратор по Статистика за бизнис во периодот од февруари до јуни 2007/08 година. Со ангажманот во високото образование продолжува како волонтер на Економскиот факултет при Универзитетот „Гоце Делчев“ – Штип од декември 2008 до мај 2010 година. Покрај активното користење

на англискиот, германскиот и српскиот јазик, кандидатката има одлично познавање и на работа со компјутери: Ms Office: Word, Excel, PowerPoint, Visio, Microsoft Outlook; Business in a Box; Marketing Plan pro; SPSS; Internet.

Наставно-образовна и научноистражувачка дејност

Во рамките на своите досегашни ангажмани, м-р Тамара Јованов-Марјанова на Економскиот факултет при Универзитетот „Гоце Делчев“ – Штип како волонтер изведува вежби на следниве наставни предмети:

- Статистика за бизнис (II семестар),
- Маркетинг во здравствена заштита (V семестар),
- Здравствен менаџмент и лидерство (VI семестар).

Исто така, учествува во организирање на работата и активностите на Центарот за кариера и развој и спроведување на обуки за студентите во негови рамки, како на пример:

- Обука за комуникациски и презентационски вештини, во соработка со УСАИД,
- Обука за критичко размислување и креативно решавање на проблеми,
- Обука за изработка на професионална биографија, мотивациско писмо и правилно однесување на интервју за работа.

Вредно е да се спомене и организирањето и спроведувањето на истражувањето на пазарот на југоисточните делови на Р. Македонија за потребите на Универзитетот „Гоце Делчев“ – Штип, со цел да се утврди бројот на потенцијалните студенти.

М-р Тамара Јованов-Марјанова е автор на следниве научни и стручни трудови:

1. „Истражување на пазарот на чоколада за подобро конкурентско позиционирање на АД Европа – Скопје“ - магистерски труд, Универзитет „Св. Кирил и Методиј“, Економски факултет, Скопје, 2009;
2. “Analysis of Information Threats and Counteractions in Consumer Oriented Organizations (Separating the Best from the Rest)”, Conferința Internațională, ediția a VI – a, 20 – 21 mai 2009, SECURITATEA INFORMACIONALA 2009, ISBN 978-9975-75-459-0;
3. „Корелационската зависност меѓу живородени деца и склучени бракови и живородени деца и разведени бракови во Република Македонија“, Годишен зборник на Универзитет „Гоце Делчев“ – Штип, прво издание, 2009;
4. „Корелационската зависност меѓу природниот прираст на населението и живородени деца и починати лица во Република Македонија“, Годишен зборник на Универзитет „Гоце Делчев“ – Штип, прво издание, 2009;
5. “Analysis of The “Human Factor” as an Information Threat to Trade Secrets and Counteractions – Spying is in!”, Conferința Internațională, ediția a VII-a, 15-16 aprilie 2010, SECURITATEA INFORMACIONALA 2010, ISBN 978-9975-75-509-2.

Евалуација на трудот со реден број 1 - „Истражување на пазарот на чоколада за подобро конкурентско позиционирање на АД Европа – Скопје“ – **магистерски труд**

Магистерскиот труд на кандидатката се одликува со големо значење и комплексност, што произлегува од обработката на исклучително актуелната проблематика од областа на маркетингот, значајна за поставување на основа на стратешкиот развој на националното стопанство. Актуелноста на трудот е директна последица на фактот што денес, во 21 век, во рамките на турбулентното бизнис опкружување е неопходно подобрување на конкурентноста на нашите претпријатија, во трудот претставени преку прехранбената индустрија како значаен учесник во целокупното домашно производство, со фокус на производителите на кондиторски производи. Клучна слабост и развоен јаз на претпријатијата во Република Македонија е недостатокот на истражувачки активности на пазарот на кој се настапува, што резултира со користење на слаби и застарени стратегии во работењето. Неретко се случува нашите компании да имаат лажна претстава за тековните состојби на пазарот - да веруваат дека го произведуваат најдобриот квалитет во индустријата, дека клиентите преферираат компании со целосни линии на производи,

дека продажната сила е единствениот маркетиншки алат или цената е најважен фактор за купување и дека креирањето на препознатлив бренд не е клучно итн. Таквото размислување мора да биде ревидирано, затоа што само разбирањето на вистинските потреби и желби на потрошувачот ќе го направи претпријатието лидер на пазарот. Истражувањето на пазарот, според вредноста на индустријата за истражување на пазарот на светско ниво, претставува еден од клучните инструменти на маркетингот користена за пронаоѓање, собирање и анализа на основните податоци кои водат до валидни информации за одлучување и зголемување на конкурентската предност.

Авторот дава осврт на тековната состојба во која се наоѓаат нашите претпријатија од кондиторската индустрија и нивната ориентација во работењето. Преку студија на случај – истражување на примерок од претприемачи од областа на производство и продажба на кондиторски производи за потребата од истражување на пазарот се утврдува дека кај нас доминира производната ориентација наспроти трендовите на светскиот пазар на чоколада, каде лидерите на пазарот работат според пазарна ориентација или комбинација од двете. Се дијагностицираат сериозни проблеми, што егзистираат подолг временски период и бележат тренд на пораст и е идентификуван нивниот структурен карактер. Опфатени се и развојните трендови на пазарот, како и главните цели и типови на информации кои можат да се добијат со истражувањето на пазарот, со што се потврдува неопходноста од негова примена и кај нас. По утврдувањето на постојната маркетинг стратегија на АД „Европа“ – Скопје за настап на пазарот на чоколада, направена е конструкција на модел за стратешка анализа за одредување на конкурентската позиција друштвото со помош на техниките за анализа на технолошките, економските, политичките, правните, социолошките, културните фактори од надворешното окружување на компанијата (Портеровиот модел на 5 – сили и др.) и интерните фактори на претпријатието – предности и слабости (SWOT, Six Sigma Marketing и др.). Објаснети се условите за спроведување на истражување на домашниот и странските пазари на чоколада, структурата на индустријата за истражување на Р. Македонија, расположливите извори на податоци, методите кои според видот на производот се најнефективни и најнефикасни за откривање на потрошувачките преференции - метод на структурирани прашалници за добивање на квантитативни податоци, фокус групи за добивање на квалитативни податоци и тест – маркетинг за тестирање на пазарот пред лансирање на нови производи. Анализата и истражувањето на пазарот резултира со дизајн на маркетинг стратегија за АД „Европа“ – Скопје. Маркетинг стратегијата е формулирана во два последователни чекори: сегментирање на пазарот (географска, демографска и психографска сегментација) и избор на таргет група на потрошувачи и позиционирање на претпријатието и компонирање на ефективен маркетинг микс (производ, цена, дистрибуција и промоција) според желбите на потрошувачите. На крајот, авторот дава заклучни согледувања на можностите за стратешки развој и подобро позиционирање на претпријатијата со фокус на учесниците во кондиторската индустрија, преку преминување од производна кон пазарна ориентација во работењето и користење на истражувањето на пазарот како основа за развој.

Трудот претставува, според содржината и начинот на разработката, дело во кое на оригинален начин се разработуваат примери, прашања и решенија со чија примена се овозможува подобрување на положбата на нашите претпријатија како на домашниот така и на странските пазари.

Евалуација на трудот под реден број 2 - “Analysis of Information Threats and Counteractions in Consumer Oriented Organizations (Separating the Best from the Rest)”

Во овој труд од областа на маркетингот авторот го анализира значењето на информациите технологии за работењето на бизнисот прикажано преку компјутерскиот криминал и неговото влијание врз крајниот потрошувач. Имено, со промените во стилот на живеење на потрошувачите и нивна т.н. дигитализација и претпријатијата треба да се приспособат на нивните нови потреби и желби, преку воведување на нови технологии и промена на нивните стратегии на работење и маркетинг практиките, за да изградат профитабилни и трајни врски со нивните потрошувачи. Успешните маркетингари го користат овој факт за преоѓање од традиционалните начини на работење (саеми, семинари, телемаркетинг и адвертајзинг) кон нови маркетинг активности со кои пораката на бизнисот се

пренесува на голем број корисници преку блогови, интернет видеа, веб-страници, со што се привлекуваат луѓето кои се заситени од многубројните пораки и сами се впуштаат во потрага по производите за кои се заинтересирани. Имајќи предвид дека во информационата ера навремените и точни информации се најзначајниот ресурс на компаниите, се нагласува значењето на нивната заштита, затоа што потрошувачите, како и деловните партнери сè почесто ја користат сигурноста на информациите како дискриминатор за остварување на долгорочна соработка. По утврдувањето на фактот дека покрај придобивките од новите начини на работење, со можностите се зголемува и ризикот од компјутерски криминал, авторот заклучува дека тоа станува еден од најголемите проблеми на развојот на компаниите, на чие решавање треба да се обрати особено внимание и истовремено предлага ефикасни начини за рашавање или минимизирање на проблемот.

Евалуација на трудот под реден број 3 – „Корелациската зависност меѓу живородени деца и склучени бракови и живородени деца и разведени бракови во Република Македонија“

Трудот разработува една многу значајна и актуелна тема - намалувањето на наталитетот во нашата држава, од каде што произлегува и значајноста на континуирано следење на факторите кои имаат влијание врз вакиот негативен тренд на оваа појава. Меѓу стапката на наталитет и стапката на економската развиеност постои висока негативна корелативна зависност, односно стапката на наталитет има сериозни последици врз економијата. Испитувањето на влијанието и степенот на зависност меѓу многуте фактори е извршено со помош на корелациона анализа. Целта на корелацијата е да испита дали помеѓу варијациите на појавите постои квантитативно слагање и колкав е интензитетот на таа врска. Во овој случај, кога се испитува бројот на склучени бракови од една страна и раведени бракови од друга страна и нивната поврзаност со бројот на живородени деца во Р. Македонија е дојдено до сознание дека во случајот кога се испитува зависноста на склучените бракови и живородени деца во периодот од 1979 до 2007 година во Р. Македонија постои висока директна (позитивна) праволиниска корелациона врска, односно 64% од вкупниот варијабилитет на живородените деца е детерминирано со варијабилитетот на склучените бракови, а останатите 36% се влијание на други непредвидени фактори. Во случајот на испитувањето на поврзаноста на бројот на живородените деца и бројот на разведените бракови е утврдено дека постои висока (јака) инверзна (негативна) праволиниска корелациона врска, односно 54% од вкупниот варијабилитет на бројот на живородени деца е објаснет со варијабилитетот на бројот на разведените бракови, а остатокот од 46% е влијание на останати непредвидени фактори. Авторите заклучуваат дека за да се промени негативниот тренд на опаѓање на наталитетот е неопходно да се поведе сметка за создавање на услови и мотивирање на населението за склучување на поголем број бракови, а од друга страна да се елиминираат факторите кои доведуваат до разведување на браковите, со што во иднина би можело да се очекува позитивен тренд во оваа појава, односно зголемување на бројот на живородени деца, што секако би имало и голем позитивен импакт на целокупната општествена состојба во нашата држава.

Евалуација на трудот под реден број 4 – „Корелациската зависност меѓу природниот прираст на населението и живородени деца и починати лица во Република Македонија“

Во овој труд е посветено внимание на проблемот со намалувањето на наталитетот во Р. Македонија, при што со помош на корелациона анализа е утврдена поврзаноста помеѓу природниот прираст на населението со живородените деца и со починатите лица. Утврдено е следново: во случајот кога ја испитуваме зависноста на бројот на живородени и природниот прираст во периодот од 1979 до 2007 година во Р. Македонија постои висока директна (позитивна) праволиниска корелациона врска, односно 99,61% од вкупниот варијабилитет на природниот наталитет е детерминирано (објаснето) со варијабилитетот на бројот на живородените деца, а останатите 0,39% се влијание на други непредвидени фактори. Во случајот на испитувањето на поврзаноста на природниот прираст и бројот на вкупно починатите лица е дојдено до сознание дека постои висока (јака) инверзна (негативна) праволиниска корелациона врска, односно 96% од вкупниот варијабилитет на природниот наталитет е објаснет со варијабилитетот на бројот на вкупно починатите лица, а остатокот од 4% е влијание на останати непредвидени фактори. Авторите доаѓаат до

сознание дека раѓањето (наталитетот) претставува позитивна компонента во движењето на населението и тоа влијае на зголемувањето на населението, додека смртта е негативна компонента којашто влијае на намалување на бројот на населението на определена земја.

Евалуација на трудот под реден број 5 - “Analysis of The “Human Factor” as an Information Threat to Trade Secrets and Counteractions – Spying is in!”

Во овој труд авторот ја разгледува актуелноста и проблемите поврзани со темата - економска шпионажа и кражба на деловни тајни, што претставува реалност не само за најголемите гиганти, туку сè почесто и за помалите претпријатија, а причината најчесто е човечкиот фактор. Ваквата активност која станува предмет на интерес на сè поголем број луѓе и конкурентски претпријатија може да ја чини погодената страна милиони долари на годишно ниво. Глобализацијата уште повеќе ја зголемува веројатноста помалите претпријатија да станат жртви на економска шпионажа и кражба на деловни тајни, поради зголемената вредност на бизнисот со проширувањето на пазарите, како и со создавањето на поширок спектар на можни шпиони. Се истакнува фактот дека 80% од опасноста за кражба на интелектуална сопственост доаѓа од внатрешноста на претпријатието, а само 20% од надворешното опкружување, но дека наспроти тоа компаниите најчесто не се соодветно заштитени од економска шпионажа, обрнувајќи притоа поголемо внимание и заштита на материјалните добра. Како резултат на тоа, посочени и разоткриени се најчесто користените помошни средства за шпионажа, како и класичниот профил на можните инфилтрирани шпиони и се препорачани најдобрите начини за заштита на информациите во претпријатието и обезбедување на деловните тајни, со што се намалуваат можностите за економска шпионажа и нанесување на непоправлива штета на компаниите.

Стручно-апликативна и организациско-развојна дејност

Се прикажуваат активностите кои се составен дел на табелите во Правилникот („Универзитетски гласник“ број 12 од декември 2009 година)

ЗАКЛУЧОК И ПРЕДЛОГ

Членовите на Комисијата за избор на помлад асистент за наставно-научната област *маркетинг* на Економскиот факултет во состав на Универзитетот „Гоце Делчев“ - Штип по разгледувањето на документите едногласно го донесоа следниов заклучок:

1. Кандидатот **м-р Жарко Маркоски** ја има поднесено комплетната документација што се бараше во Конкурсот, меѓутоа нема список на објавени трудови. Има напишано два семинарски труда кои не се објавени. Неговата специјализација е насочена во областа менаџмент на којашто истиот магистрирал. Според барањата во Конкурсот, кандидатот **не ги исполнува** условите за избор во помлад асистент во областа маркетинг.

2. Кандидатот **м-р Предраг Гаврилов** ја има поднесено комплетната документација што се бараше во Конкурсот, меѓутоа нема список на објавени трудови. Има напишано неколку стручни труда (кои не се објавени) и две презентации. Завршил Факултет за управување и информатика во Бугарија, а неговата специјализација е насочена во областа меѓународен бизнис на којашто магистрирал. Според барањата во Конкурсот, кандидатот не ги исполнува условите за избор во помлад асистент во областа маркетинг.

3. Кандидатот **м-р Дарко Димитров** има поднесено документација која не е комплетна со онаа која се бараше во објавениот Конкурс. Нема оригинал диплома и се поднесени само три копии. И покрај тоа ќе напоменеме дека неговото специјализирање е насочено во областа монетарната економија. Нема список на научни трудови. Според барањата во Конкурсот, кандидатот не ги исполнува условите за избор во помлад асистент во областа маркетинг.

4. Кандидатката **м-р Тања Митева** има поднесено документација што не е комплетна со онаа која се бараше во објавениот Конкурс. **Нема оригинал диплома и нема оригинал уверение за државјанство**, има поднесебно само три копии. Нејзиното усовршување е насочено во областа на економијата, област каде што и магистрирала. Според

барањата во Конкурсот, кандидатката **не ги исполнува** условите за избор во помлад асистент во областа маркетинг.

5. Кандидатката **м-р Тамара Јованов-Марјанова** има поднесено **комплетна документација** која се бараше во Конкурсот. Кандидатката има објавено научни и стручни трудови, а магистерскиот труд е од областа на маркетингот. Врз основа на приложената и прочитана документација, членовите на Комисијата за избор на помлад асистент од областа на маркетингот го изразуваат своето задоволство од квалитетите и досегашните постигнати резултати на кандидатката **м-р Тамара Јованов-Марјанова** за кои се надеваме дека нема тука да запрат.

Комисијата со задоволство им предлага на членовите на Наставно-научниот совет на Економскиот факултет во состав на Универзитетот „Гоце Делчев” - Штип да ја избере кандидатката **м-р Тамара Јованов-Марјанова** за помлад асистент за наставно-научната област маркетинг.

РЕЦЕНЗЕНТСКА КОМИСИЈА

Д-р Митре Стојановски, вонреден професор, с.р.

Д-р Трајко Мицески, редовен професор, с.р.

Д-р Маргарита Матлиевска, доцент, с.р.