

ОБРАЗЕЦ
КОН ИЗВЕШТАЈОТ ЗА ИЗБОР ВО НАСТАВНО-НАУЧНО И НАУЧНО ЗВАЊЕ

Кандидат:

Маја Стефан Кочоска

Институција:

БАС Институт за менаџмент Битола

Научно поле: 503 ЕКОНОМСКИ НАУКИ

Наставна област: 50329 ДРУГО-ЕКОНОМИЈА

НАСТАВНО-ОБРАЗОВНА ДЕЈНОСТ

Ред. број	Назив на активностa (наставно-образовна):	Поени
1.	<p>Одржување настава на прв циклус Студиски години: пет (5), 10 семестри. 2012/13, 2013/14, 2014/15, 2015/16, 2016/17, 2017/18</p> <p>Студиска година 2012/2013 зимски семестар</p> <ul style="list-style-type: none"> • Деловно планирање – вонредни • Стартирање нов бизнис – редовни и вонредни • Маркетинг – вонредни <p>Студиска година 2013/2014 летен/зимски семестар</p> <ul style="list-style-type: none"> • Вовед во бизнис – редовни и вонредни • Маркетинг – редовни и вонредни • Вовед во микроекономија – редовни • Стартирање нов бизнис – вонредни • Односи со јавност – редовни • Вовед во менаџерско сметководство – вонредни <p>Студиска година 2014/2015 летен/зимски семестар</p> <ul style="list-style-type: none"> • Вовед во бизнис - редовни и вонредни • Грижа за муштерији – редовни • Вовед во менаџерско сметководство - редовни • Вовед во микроекономија – редовни и вонредни • Маркетинг – редовни • Стартирање нов бизнис – редовни/две групи <p>Студиска година 2015/2016 летен/зимски семестар</p> <ul style="list-style-type: none"> • Вовед во бизнис - редовни и вонредни • Вовед во микроекономија – редовни и вонредни • Маркетинг – редовни и вонредни • Вовед во менаџерско сметководство – редовни и вонредни • Стартирање нов бизнис – вонредни <p>Студиска година 2016/2017 летен/зимски семестар</p> <ul style="list-style-type: none"> • Вовед во бизнис – редовни и вонредни • Вовед во менаџерско сметководство – редовни и вонредни • Вовед во микроекономија – редовни и вонредни • Маркетинг – редовни • Деловни финансии – редовни и вонредни <p>Студиска година 2017/2018 летен семестар</p>	73.8

НАУЧНОИСТРАЖУВАЧКА ДЕЈНОСТ

Ред. број	Назив на активноста (научноистражувачка):	Поени
1.	Учесник во национален научно-истражувачки проект ВИКО (Влијание на иновативноста врз конкурентноста на организациите)	3
2.	Труд со оригинални научни резултати, објавен во научно/стручно списание <ol style="list-style-type: none"> 1. Kochoska M. Damevska. D (2017): New selling techniques in marketing – key success factor, Macedonian international journal of marketing, MARKETING, ISSN 1875799787, Year 3, No5< UGD No 658.85 2. Damevska. D. Kochoska M. (2016): Product image as a factor in purchase decision,, International journal Knolege ISSN 1857-92, Vol.12.2 3. Kochoska M. Damevska. D(2016): Millenials: The new generation of consumers – challenges and opportunities, International scientific conference Dlobal challenges and opportunities – future perspectives of developing countries, MIT University, Skopje - May 2016, The international journal of Recent Research in Arts and Sciences, ISSN 1857-8128 Vo. 5 	3 x 3.6 = 10.8
3.	Труд со оригинални научни/стручни резултати, објавен во зборник на трудови од научен/стручен собир <ol style="list-style-type: none"> 1. (2017): Стратегија за конкурентска предност преку технолошки развој и воведување нови технологии, петти симпозиум, Бизнес академија Смилевски Бас, Бас Институт за менаџмент, Битола , ISSN 978-608-4690-15-3 2. (2017): Mystery shopping – мокна алатка за мерење на задоволството на потрошувачите, петти симпозиум, Бизнес академија Смилевски Бас, Бас Институт за менаџмент, Битола , ISSN 978-608-4690-15-3 3. (2015): Entrepreneurial education – prerequisite for higher employability, 4th symposium, BAS, Skopje 4. (2014): Long life learning – new perspective for personal and professional development, Symposium Proceedings, BAS, Skopje, R. Macedonia 5. (2013): Creating of innovation culture for competitive advantage, second symposium, BAS and BAS Institute of Management, Strumica, R. Macedonia 	2 x 3= 6 1.8x2 3.6 9.6
4.	Труд со оригинални научни/стручни резултати, објавен во зборник на трудови од научен/стручен собир со меѓународен уредувачки одбор <ol style="list-style-type: none"> 1. The process of introducing a new product and his living cycle, Third International Scientific-Business Conference LEADERSHIP & MANAGEMENT: Integrated politics of research and innovations - LIMEN, Belgrade, Serbia, December, 2017, 2. (2017): Marketing combinatorics for more successful business , IMKSM Book of proceedings University of Belgrade, Technical Faculty in Bor, ISBN: 978-86-6305-059-4 3. (2016): Social networks as competitive advantage in higher education institutions, forth international science conference, Contemporary management and organizational sciences, BAS Institute of management, Business academy Smilevski, Center for 	5 x 3 = 15 10 x 0,9 = 9

Ред. број	Назив на активноста (научноистражувачка):	Поени
	<p>development of pelagonia region, Bitola, Association of economists and management of Balkans, Belgrade; SSN 978-608-4729-06-8, COBISS.MK-ID 102700298</p> <p>4. (2016): Analisis of the attractiveness of the market at macro level,, International scientific conference ERAZ,Belgrade June 2016 ISBN 978-86-80194-03-5 (AEMB)</p> <p>5. (2016): Marketing on social media IMKSM 2016, University of Belgrade, technical faculty in Bor, May 2016, ISBN 978-86-6305-042-6</p> <p>6. (2015): Marketing issues and challenges in the 21st century, ICON Best 2015, University of tourism and management in Skopje, 9-11 October ISBN 978-608-4593-48-5</p> <p>7. (2015): <i>Evaluating the impact of Internet on consumer behavior – The first international scientific conference</i>, FAMA College – economic faculty Prishtina, Kosovo</p> <p>8. <i>Managing Multicultural and Diverse Workforce as One of the Biggest Challenges of International Managers – HR Conferenc</i>, 2015, Belgrade, Serbia, ISBN 978-86-86745-55-2, Visoka shkola strukovnih studija za ekonomiju I upravu, Centar za ekonomska istrazivanja (CEIB), Beograd</p> <p>9. (2015): <i>The power of Internet and its role as global medium – The first scientific conference</i>, Banja Luka College ISBN 978-99938-1-267-8</p> <p>10. <i>The Influence of performance orientation on economic and social indicators – ERAZ conference</i>, 11 June 2015, Belgrade</p> <p>11. (2015): <i>The importance of brand identity and its positioning</i>, IMKSM Book of proceedings University of Belgrade, Technical Faculty in Bor, ISBN: 978-86-6305-030-3</p> <p>12. (2014): <i>GAP model of service's quality in higher education institutions as basis for positioning and competitive advantage</i>, Third international conference, Bitola</p> <p>13. (2014): <i>Non-verbal communication</i>, Second International Conference, Knowledge-capital of the future, Ohrid</p> <p>14. <i>Marketing 3.0 – new issues in marketing</i>, X International May Conference on Strategic management, Technical Faculty in Bor</p> <p>15. <i>Marketing 3.0 like innovative strategy for company's competitiveness in food industry in R. Macedonia</i>, Second International Conference, BAS Institute of Management, Bitola, R. Macedonia</p>	
5.	<p>Секциско предавање на научен/стручен собир</p> <ul style="list-style-type: none"> • Петти симпозиум на БАС и БАС ИМ, април 2017 • Четврти симпозиум на БАС и БАС ИМ, април 2015 • Трети симпозиум на БАС и БАС ИМ, април 2014 • Втори симпозиум на БАС и БАС ИМ, април 2013 	1 x 4 = 4
6.	<p>Секциско предавање на научен/стручен собир со меѓународно учество</p> <ul style="list-style-type: none"> • International scientific conference Global challenges and opportunities – future perspectives of developing countries, MIT University, Skopje - May 2016, • Forth international science conference, Contemporary management and organizational sciences, BAS Institute of management, Business 	2 x 6 = 12

Ред. број	Назив на активност (научноистражувачка):	Поени
	academy Smilevski, Center for development of pelagonia region, Bitola, Association of economists and management of Balkans, Belgrade, 2016 <ul style="list-style-type: none"> • ICON Best 2015, University of tourism and management in Skopje, 9-11 October, 2015 • Third international conference, Bitola, 2014 • Second International Conference, Knowledge-capital of the future, Ohrid, 2014 • Second International Conference, BAS Institute of Management, Bitola, R. Macedonia, 2013 	
7.	Апстракт објавен во зборник на конференција	
8.	- меѓународна	1 x 18 = 18
9.	- национална	0,5 x 5 = 2,5
	Вкупно	83.9

СТРУЧНО-АПЛИКАТИВНА ДЕЈНОСТ

Ред. број	Назив на активност (стручно-апликативна):	Поени
1.	Книга од стручна област -автор Маркетинг – теорија и практика	8
2.	Координатор во подготовката на елаборат за нова студиска програма	1
3.	Експертски активности: евалуација, стручна ревизија, супервизија, проценка на капитал, систематизација, методологија Самоевалуации	1
4.	Учество во промотивни активности на институтот	0,5
5.	Предавање на институции од јавен интерес, културно-информативни центри Центар за кариера	1 x 0,5 = 0,5
	Вкупно	11

ДЕЈНОСТИ ОД ПОШИРОК ИНТЕРЕС

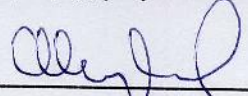
Ред. број	Назив на активност (стручно-апликативна):	Поени
1.	Уредник на зборник на трудови од научен/стручен собир	3
2.	Претседател на организационен или програмски одбор на научен/стручен собир	4
3.	Член на организационен или програмски одбор на меѓународен научен/стручен собир	3
4.	Изготвување и пријавување на научен/образовен меѓународен проект - носител <ul style="list-style-type: none"> • Еразмус + KA2 (203) 2017 • Еразмус + KA2 (203/205) 2018 • Еразмус + KA1 (103) 2018 • Еразмус + KA1 (105) 2018 	10

Ред. број	Назив на активноста (стручно-апликативна):	Поени
5.	Член на комисии <ul style="list-style-type: none"> • Комисија за трансфер на ЕКТС • Комисија за доделување на стипендии – 2015/2016 • Комисија за предлог за избор на директор на БАС ИМ • Комисија за запишување на кандидати за прв циклус на студии 2016/2017 • Правилник за прв циклус на студии • Дисциплинска комисија • Правилник за оценување 	7x0,5= 3.5
6.	Член на комисии за избор во звање <ul style="list-style-type: none"> • Иновативен менаџмент • Интегрирано маркетиншко комуницирање • Математика за бизнис • Виртуелни организации • Симулациони бизнис игри • Маркетинг • Економија • Стратегиски маркетинг • Комерцијално работење • Дизајн и развој на големи настани 	10 x 0,2= 2
Вкупно		25.5

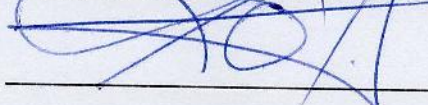
ПРОФЕСИОНАЛНИ РЕФЕРЕНЦИ НА КАНДИДАТОТ ЗА ИЗБОР ВО ЗВАЊЕ	Поени
НАСТАВНО-ОБРАЗОВНА ДЕЈНОСТ	126.9
НАУЧНО-ИСТРАЖУВАЧКА ДЕЈНОСТ	83.9
СТРУЧНО-АПЛИКАТИВНА ДЕЈНОСТ	11
ДЕЈНОСТИ ОД ПОШИРОК ИНТЕРЕС	25.5
Вкупно	247.3

ЧЛЕНОВИ НА РЕЦЕНЗЕНТСКА КОМИСИЈА

1. Ред. проф. д-р Сретен Миладиноски



2. Ред. проф. д-р Маријан Стевановски



3. Ред. проф. д-р Емилија Стевановска

