

УНИВЕРЗИТЕТ “СВ. КЛИМЕНТ ОХРИДСКИ” - БИТОЛА

АНЕКС

НА

Б И Л Т Е Н

Бр. 409

ГОДИНА XXXVI, Битола, 05.02.2016 година

Издание на Универзитетот “Св. Климент Охридски”- Битола

Одговорен уредник

М-р Офелија Христовска
Генерален секретар

Редакциски одбор

Проф. д-р Марјан Ангелески, проректор
Економски факултет-Прилеп

Проф. д-р Светлана Николоска, проректор
Факултет за безбедност-Скопје

Проф. д-р Елизабета Бахтовска, проректор
Технички факултет-Битола

Проф. д-р Виолета Маневска, проректор
Факултет за информатички и комуникациски
технологии-Битола

М-р Елена К.Ристоска, советник

Уредник

М-р Елена К.Ристоска

Умножено на електронски печатар на Универзитетот
“Св. Климент Охридски” – Битола

СОДРЖИНА

Страна

ЕКОНОМСКИ ФАКУЛТЕТ-ПРИЛЕП

Реферат за избор на наставник од областа Маркетинг1

ПЕДАГОШКИ ФАКУЛТЕТ-БИТОЛА

Реферат за избор на наставник во сите научно-наставни звања во областа 64004
Англистика.....8

ВИСОКА МЕДИЦИНСКА ШКОЛА-БИТОЛА

Реферат за избор на наставник во сите звања, по предметот
Санитарна микробиологија16
Реферат за избор на наставник во сите звања, по предметот
Паразитологија27

РЕФЕРАТ

ЗА ИЗБОР НА НАСТАВНИК ВО НАСТАВНО - НАУЧНО ЗВАЊЕ ОД ОБЛАСТА **МАРКЕТИНГ** НА ЕКОНОМСКИОТ ФАКУЛТЕТ – ПРИЛЕП при УНИВЕРЗИТЕТОТ „СВ. КЛИМЕНТ ОХРИДСКИ“ – БИТОЛА

Со одлука број 02-89/1 од 20.01.2016 година Наставно-научниот совет на Економскиот факултет - Прилеп формира Рецензентска комисија за избор на наставник од областа **МАРКЕТИНГ** во состав:

- проф. д-р Адријана Ристеска, редовен професор на Економскиот факултет - Прилеп;
- проф. д-р Каролина Илиеска, редовен професор на Економскиот факултет - Прилеп;
- проф. д-р Марика Башеска Ѓорѓиевска, редовен професор на Економскиот факултет - Прилеп

Врз основа на член 132 став 5 и 6 од Законот за високото образование, како и чл. 9, чл. 47, чл. 48, чл. 49 и чл. 50 од Правилникот за критериумите и постапката за избор во наставно-научни, наставни, научни, наставно-стручни и соработнички звања на Универзитетот „Св. Климент Охридски“ – Битола, по разгледувањето на пристигнатите материјали, Рецензентската комисија го поднесува следниов:

ИЗВЕШТАЈ

На објавениот конкурс во дневните весници „**Нова Македонија**“ и „**Лајм**“, од 22.12.2015 година за избор на наставник од областа на **МАРКЕТИНГ** во предвидениот рок се пријавиле кандидатите: д-р Гоце Менкиноски и д-р Мики Рунтев.

Врз основа на расположливите документи, Комисијата констатира дека кандидатот д-р Мики Рунтев не доставил за увид примероци од објавени научни и стручни трудови, не исполнувајќи битен конкурсен услов за избор на наставник. Консеквентно, Рецензентската комисија ја зеде предвид само добиената документација за кандидатот д-р Гоце Менкиноски, редовен професор на Економскиот факултет – Прилеп.

Врз основа на извршениот увид и анализа на добиената документација, во продолжение се презентирани наодите, констатациите и предлогот на Комисијата за избор во наставно-научно звање:

1. Биографски податоци за кандидатот д-р Гоце Менкиноски

Кандидатот д-р Гоце Менкиноски е роден на 20.01.1961г. во с. Јабланица, Струга. Основно и средно образование завршил во Битола, со одличен успех.

Во 1981 година се запишува на Економскиот Факултет во Прилеп, а во 1985 година дипломира на истиот, при што бил прогласен за најдобар студент на генерацијата, со просечна оцена 9,00.

Во 1986 година се вработил во трговското претпријатие „Прехрана“, како референт по набавка и истата година се запишал на постдипломски студии на Економскиот Факултет во Скопје, група маркетинг.

Во 1989 година се вработува во МВР-Битола, како самостоен инспектор по стопански криминал.

Во 1990 година на Универзитетот „Св. Кирил и Методиј“ во Скопје, на Економскиот Факултет – Скопје, успешно го одбрал магистерскиот труд под наслов: „Маркетингот како фактор за стабилност и раст на претпријатијата“, при што се здобил со звањето магистер по економски науки-група маркетинг.

Во 1998 година се вработува на Економскиот Факултет во Прилеп, како асистент на групата комерцијални предмети.

На 24.08.2001 на Економскиот Институт во Скопје успешно ја одбрал докторската дисертација под наслов: „Стратегиите во меѓународниот маркетинг во процесот на интернационализацијата на претпријатијата“.

Во текот на целиот работен век покажува чувство на одговорност во работата како асистент, а подоцна и како професор, што се потврдуваше преку редовноста на вежбите, организирање и присуство на истите, настава, консултации со студенти, при што секогаш имаше иновативен пристап кон дадените задачи.

Во текот на работењето, покрај извршувањето на задачите од наставен карактер покажување особен интерес и за научна дејност.

На ден 28.11.2001 година со одлука на Наставно-научниот совет на Економскиот факултет - Прилеп е избран за наставник на Економскиот факултет - Прилеп по предметот меѓународен маркетинг во звање доцент. Додека на ден 22.09.2005 година е избран во вонреден професор по предметот канали на дистрибуција.

Со одлука 07-786/3 од 29.06.2011. Сенатот на Универзитет „Св. Климент Охридски“ - Битола го избра во звање наставник – **редовен професор** на Економски факултет во Прилеп.

На ден 10.11.2001 година е избран за секретар на насоката по Маркетинг менаџмент а на 11.06.2002 година е избран за секретар на катедрата Меѓународна економија и бизнис, каде што солидно и мошне одговорно ја извршува доверената задача. Од 2000 година е член на Здружението за маркетинг каде што, самостојно и во коавторство, има објавено повеќе од 10 научни трудови.

Активно учествува во електронските медиуми за прашања од економијата и сака да даде значаен придонес во развојот и апликацијата на економската мисла.

Кандидатот е автор на учебникот „Меѓународен маркетинг“ издаден 2011 година на Економскиот факултет во Прилеп Универзитет „Св. Климент Охридски“ - Битола во кој го има вградено своето осумнаесет годишно искуство од областа на меѓународниот маркетинг како негово потесно подрачје на опсесија и истражување, истиот се користи во **прв** и **трет** циклус на студии на Економскиот факултет во Прилеп.

Д-р Гоце Менкиноски активно учествува во изведувањето на наставата на **прв** и **втор** циклус студии - насока Меѓународна економија и бизнис и Бизнис администрација - МБА менаџмент. Кандидатот е избран за професор по предметот меѓународен маркетинг на **трет** циклус на студии.

Одборот за акредитација и евалуација на високото образование со одлука број 12-149/4 од 16.10.2013 година констатира исполнување на критериумите за Акредитација на докторски студии на студиската програма на трет циклус студии за маркетинг на економскиот факултет во Прилеп при Универзитетот „Св. Климент Охридски“. Имено, е оценето дека:

- наставникот е соодветно подготвен за квалитетна реализација на наставата (оценка 2,89 од вкупно 44 анкетирани студенти)
- наставникот за време на предавањата е посветен и предизвикува интерес кај студентите (оценка 2,77 од вкупно 44 анкетирани студенти)
- наставникот користи интерактивни методи на настава и ги мотивира студентите за вклучување во наставниот процес (оценка 2,84 од вкупно 44 анкетирани студенти)

- наставникот стимулира дополнителна активност на студентите (оценка 2,72 од вкупно 44 анкетирани студенти)
- дополнителните активности се во функција на зголемување и продлабочување на знаењата од предметот (оценка 2,86 од вкупно 44 анкетирани студенти)
- предметната програма ги прошири и продлабочи вашите знаења (оценка 2,89 од вкупно 44 анкетирани студенти)
- фондот на часови за предавање и вежби е соодветен на обемот и тежината на предметната програма (оценка 3,16 од вкупно 44 анкетирани студенти)
- наставникот редовно ја изведува наставата (оценка 3,27 од вкупно 44 анкетирани студенти)
- наставникот е отворен и достапен за консултации и соработка (оценка 3,07 од вкупно 44 анкетирани студенти)
- личната култура и односот на наставникот се на соодветно ниво (оценка 3,20 од вкупно 44 анкетирани студенти)
- наставникот објективно ги оценува резултатите од работата на студентите (оценка 2,60 од вкупно 44 анкетирани студенти)
- содржината и структурата на испитните прашања овозможуваат објективно да се оцени нивото на совладаност на материјалот (оценка 2,93 од вкупно 44 анкетирани студенти)
- предметната програма е современа, овозможува стекнување со квалитетни и применливи знаења и вештини (оценка 2,95 од вкупно 44 анкетирани студенти)
- за предметот постои соодветна основна и дополнителна литература (оценка 2,98 од вкупно 44 анкетирани студенти)
- испитните прашања се во рамките на предметната програма и предвидената основна литература (оценка 3,14 од вкупно 44 анкетирани студенти)
- обемот, содржината и тежината на предметната програма кореспондира со профилот на студиската програма (оценка 3,16 од вкупно 44 анкетирани студенти)

Кандидатот бил ментор на дваесет магистерски труда, исто така член на голем број комисији за одбрана на магистерски трудови сега е ментор на три кандидати на докторски студии - трет циклус.

2. Наставно-научна и стручна дејност

Во досегашниот период проф. д-р Гоце Менкиноски е вклучен во научната и стручната дејност на Економскиот Факултет – Прилеп, а е ангажиран и во извршувањето на повеќе наставни и научно-истражувачки активности.

Покажува особен интерес за перманентно научно и стручно усовршување што се потврдува и со објавени над **педесет** трудови.

1. „Потребата од прифаќање на стратешкиот маркетинг неопходност на стопанските субјекти во транзициона економија“, Денови на науката на Република Бугарија и Република Македонија, 24-26 септември, 1998 година, Варна, Бугарија (коавтор);

2. „Глобална ориентација за опстанок, раст и развој на претпријатијата“, Годишник на Друштвото за наука – Битола, 1998 година (коавтор);

3. „Управување со вкупниот квалитет - предизвик за менаџерите во транзициона економија“, Годишник на Економскиот факултет- Корча, Албанија 1998 година(коавтор);

4. „Маркетиншка етиката примарна потреба у пословањс привредних субјекта у транзициону економију“, Советување на југословенските економисти на тема: „Актуелни

пробелми транзиције југословенске привредбе и предузеќа“. Научно друштво економиста Југославије, Херцег Нови, 17-19 јуни, 1998 година (коавтор);

5. „Управување со квалитетот на информациите - основен предуслов за квалитетен менаџмент во претпријатието“, Стопанска комора на Македонија, Годишно советување на тема: „од ИСО 9000 кон TQM“ 12-13 ноември, 1998 година (коавтор);

6. „Прифаќањето на маркетиншкото истржување на пазарот на прехранбени производи, како фактор за развој на агрокомплексот“, III научно советување на агроекономистите на Република Македонија на тема: „Развој на агрокомплексот во новите општествено економски услови“, Земјоделски факултет, Скопје, април 1999 година (коавтор);

7. „Улога стратегијског упављана за развој пољопривредних организација у условима транзиције“, Научен интернационален симпозиум: „Стратегијски менаџмент и системи за поддршка у стратегиском менаџменту“ IV научни скуп: Стратегијски менаџмент у пољопривредним организација, Економски факултет – Суботица, мај, 1999 год.(коавтор);

8. „Профилот на менаџментот за успешно функционирање на претпријатијата во транзициона економија“, Меѓународен научен собир: „Менаџмент у привредама у транзиција“, Економски факултет-Ниш, 19.03.1999 година (коавтор);

9. „Партиципацијата на менаџерите во решавањето на стратешките проблеми за квалитет во организацијата“, Годишно советување на тема: „Со квалитет во 21 век“, Македонско здружение за унапредување на квалитетот, Стопанска комора на Македонија, 11-12 ноември, 1999 година Скопје (коавтор);

10. „Туризмот како посебен аспект на човечкиот живот во функција на развојот“, Меѓународен симпозиум: „Туризмот и територијалниот развој“, Универзитет во Орадеа, 8-9 октомври, 1999 година, Орадеа, Романија (коавтор);

11. „Промените на структурата на населението и нивното влијание на формирањето и развојот на туристичките региони на Балканот“, Меѓународен симпозиум: „Туризмот и територијалниот развој“, Универзитет во Радеа, 8-9 октомври, 1999 год., Орадеа, Романија (коавтор)

12. „Апликација на промоцијата како непосреден чинител на унапредување на туристичкиот пазар на секоја географска територија“, Меѓународен симпозиум: „Туризмот и територијалниот развој“, Универзитет во Радеа, 8-9 октомври, 1999 година, Орадеа, Романија (коавтор);

13. „Претприемништвото - моторна сила во современите стопанства и неопходност во земјите на Југоисточна Европа“, Меѓународен научен собир на тема: „Обнова и развој на Југославија во процесите на транзиција“, Универзитет во Ниш, Економски факултет 15 октомври, 1999 година, (коавтор);

14. „Туризмот као феномен данашњице“, Меѓународен научен собир: „Савремене традициије у туризму“, Институт за географију, Универзитет у Новом Саду, 16-18,10,1999 година;

15. „Прифаќањето на маркетингот како стратегија на економскиот развој во транзициониот период“, Меѓународен симпозиум „Алтернативи на развојот: економските и социјалните аспекти на промените во земјите од Југоисточна Европа“ Економски факултет Прилеп, декември 1998 година (коавтор);

16. „Улогата на маркетингот во услови на општествено – економските промени“, Билтен на Друштвото за наука и уметност- Битола, 1995 година;

17. „Анализа на билансот на состојба - како фактор за управување со залихите“, Билтен на Друштвото за наука и уметност - Битола, 1995 година;

18. „Детерминанти на промоцијата-како составен дел од маркетингот“, семинарска работа на Економскиот факултет Скопје, 1998 година;

19. „Значењето на производот во маркетинг концепцијата“, семинарска работа на Економскиот факултет Скопје, 1998 година;

20. „Маркетингот како фактор за стабилности раст на претпријатието“, магистерски труд, одбранет на Економски факултет во Скопје, 1990 година;
21. „Развивање на маркетинг- стратегиите како извор и правец на раст на претпријатието“, Годишник на Економскиот факултет – Прилеп, 1998 година, (коавтор);
22. „Анализа на опкружувањето во функцијана идентификување на можностите и опасностите на претпријатието“, Годишник на Економскиот факултет – Прилеп, 1998 година, (коавтор);
23. „Природата и потребата од стратегија и политика“, Годишник на Економскиот факултет – Прилеп, 1998 година, (автор -коавторство);
24. „Маркетинг комуницирањето и маркетинг информациониот систем“, Годишник на Економскиот факултет – Прилеп, 1997 година, (коавтор);
25. „Стратегије за постизање конкурентни предности на светском тржишту“ Економски факултет - Ниш, 2003 година;
26. „Економско окружење значајан фактор у меѓународном пословању“ Економски факултет - Суботица, 2003 година;
27. „Неке врсте интернационалних маркетинг стратегија при наступом на иностарном тржишту“, Економски факултет - Суботица, 2005 година;
28. „Фазе развоја интернационалног тржишта“, Економски факулте - Ниш, 2002 година;
29. „Истражувањето на пазарот како дел од маркетинг истражувањето“, Економски факултет – Прилеп, 2004 година;
30. “The aspect of international marketing strategies in foreing market entrance“, Анталија - Турција, 2005 година;
31. „Потреба од информации за квалитетен влез на странскиот пазар“, Македонско здружение за маркетинг „Маркетинг“ – Скопје, 2003 година;
32. „Промоција на производитите и услугите во функција на целниот пазар на меѓународниот маркетинг, Маркетинг – Скопје, 2003 година;
33. „Пристап во политиката на цени во меѓународниот маркетинг“, „Маркетинг“- Скопје 2003 година, (д-р Гоце Менкиноски, м-р Благој Цалев);
34. „Потребата од дефинирањето на истражувањето на пазарот“, „Маркетинг“- Скопје, 2004 година;
35. “Потреба од дефинирање на истражувањето на пазарот и маркетинг информациониот систем“, Економски факултет Прилеп, 2005 год.
36. „Улогата и значењето на лиценцата и лизингот во процесот на интернационализација на македонските компании“, Меѓународен симпозиум - регионалната соработка и економскиот развој“- Прилеп, 2003 година;
37. „Улогата на маркетингот во процесот на интернационализација на претпријатијата“ Меѓународен симпозиум „Современите процеси на економскиот развој во земјите од Југоситочна Европа“ Прилеп 2000 година;
38. „Кооперативните форми во меѓународниот маркетинг услов за побрза интернационализација на компаниите од Република Македонија“ Меѓународен симпозиум: Бизнисот и глобализацијата, Охрид 2007 година;
39. „Меѓународниот животен циклус на производот - предизвик за македонската економија во процесот на нејзината интернационализација“, Меѓународен симпозиум: Предизвиците на новата економија, 14-16 октомври, 2005 година, Охрид;
40. „Вклучувањето на меѓународниот маркетинг за соработка со земјите од Југоисточна Европа“, Меѓународниот научен собир, Економски факултет Ниш, октомври 2007 година;
41. Business ethics and responsibility in the international business operations, Гоце Менкиноски, Пеце Николоски, Horizons, International scientific journal, Series A, Social Sciences and Humanities, Volume 18, September 2015;

42. International product policy, Гоце Менкиноски, Пеце Николоски, International conference SMEs development and innovation: Building competitive future of south-eastern Europe, Ohrid, 3-4 October, Macedonia;

43. The significance of the information function of the audited statements in higher education, Пеце Николоски, Гоце Менкиноски, Teacher International journal, December 2014, Vol.7;

44. Establishing strategy of positioning and repositioning in higher education, Гоце Менкиноски, Пеце Николоски, Teacher International journal, December 2014, Vol. 7;

45. Product politics in international marketing, Гоце Менкиноски, Пеце Николоски Horizons, International scientific journal, Series A, Social Sciences and Humanities, Volume 9, April 2013;

46. Applying the concepts of auditing for effective execution of the commercial audit of financial reports Пеце Николоски, Гоце Менкиноски, Horizons, International scientific journal, Series A, Social Sciences and Humanities, Volume 9, April 2013;

47. Competitiveness in international business, Гоце Менкиноски, Пеце Николоски, Ekonomski fakultet Subotica, 20th International scientific conference;

48. The role of the accounting records in the commodities business entities, Пеце Николоски, Гоце Менкиноски, Ekonomski fakultet Subotica, 20th International scientific conference;

49. International marketing and promotion as his instrument, Гоце Менкиноски, Пеце Николоски, International conference Serbia, Zrenjanin, 26 October 2012;

50. Establishing positioning and repositioning strategy in building the company image, Гоце Менкиноски, Пеце Николоски, First International scientific conference, Faculty of economics Stip, September 13-15, 2015;

51. The significance of the information function of the audited statements in making adequate economics and business decisions, Пеце Николоски, Гоце Менкиноски, First International scientific conference, Faculty of economics Stip, September 13-15, 2015;

52. Financial management internal control and its importance in conducting the audit process, Пеце Николоски, Гоце Менкиноски, Мајска конференција за стратегиски менаџмент, Технички факултет - Бор, 25-27 Мај 2012;

53. Product policy as a factor for growth and development of company, Гоце Менкиноски, Пеце Николоски, Мајска конференција за стратегиски менаџмент, Технички факултет - Бор, 25-27 Мај 2012.

3. Констатација и предлог

Врз основа на биографските податоци, наставно-научната активност и останатите активности на кандидатот д-р Гоце Менкиноски, редовен професор на Економскиот факултет - Прилеп, комисијата го констатира следново:

1. Се работи за солиден и трудољубив кандидат којшто со покажаните резултати од додипломските, постдипломските, докторските студии изработката на магистерскиот труд и докторската дисертација се определил за универзитетски научен работник, поминувајќи ги законски редоследно сите звања на еден универзитетски работник, почнувајќи од асистент;
2. Објавените трудови, во меѓународни научни и стручни списанија, како и бројните учества на меѓународни научни конференции и собири го потврдуваат академскиот капацитет на кандидатот и неговиот континуиран професионален развој;
3. Врз основа на извршената анализа за самоевалуација на наставен кадар на Академската 2014/2015 година проф. д-р Гоце Менкиноски е солиден во подготовката, предавањата, интерактивноста, објективноста, содржината и структурата

во реализацијата на наставата и објективно оценување на резултатите од работата на студентите. Кандидатот пројавува желба во наредниот период да што повеќе ја зајакнува интерактивноста со студентите со цел да се постигнат поквалитетни резултати со намера да се одговори на турбулентното опкружување кое бара обострана одговорност за да се одговори на предизвиците;

4. Наставно-педагошката активност на кандидатот д - р Гоце Менкиноски исто така е за респектирање. Како наставник и педагог, кандидатот, на достапен и разбирлив начин ги пренесува своите знаења на студентите. Тој редовно, педантно и коректно ги исполнува наставно-педагошките обврски со еден темелен, систематичен и креативен пристап во работата и коректно соработува со другите наставници и соработници.

Имајќи ја во предвид научната, стручната и наставно-педагошката активност на кандидатот:

Рецензентската комисија е едногласна во оценката дека д-р Гоце Менкиноски ги исполнува сите законски услови предвидени со Законот за високо образование и токму затоа има чест, на Сенатот на Универзитетот „Св. Климент Охридски“ – Битола да му предложи да **повторно** го избере д-р Гоце Менкиноски за наставник од областа на **МАРКЕТИНГОТ** во звање **редовен професор**.

Рецензентска комисија

Лектура:

Огненоска Винета

1. д-р Адријана Ристеска, редовен професор
на Економскиот факултет – Прилеп, с.р.

2. д-р Каролина Илиеска, редовен професор
на Економскиот факултет – Прилеп, с.р.

3. д-р Марика Башеска Ѓорѓиеска, редовен професор
на Економскиот факултет – Прилеп, с.р.