



Мултидисциплинарна проектна соработка „БИЗНИСОТ СО АКАДЕМИЈАТА“

Изработка на иновативна маркетинг стратегија за настап на странски пазар

A. Партнери во проектната задача:

1. Центар за професионални обуки и кариерен развој, Економски факултет – Прилеп, УКЛО Битола
2. I.T. компанија iSource

B. Општа цел на проектната задача:

Примена на теоретското знаење во пракса и градење на применливи знаења, вештини и компетенции, преку мултидисциплинара соработка на академски и бизнис сектор.

C. Специфични цели на проектната задача:

- ✓ Поттикнување на мултидисциплинарно истражување кај студентите
- ✓ Поттикнување на тимско работење
- ✓ Примена на изучувани методи и алатки во пракса
- ✓ Креирање на иновативна маркетинг стратегија за настап на странски пазар
- ✓ Академска поддршка на бизнисот во развојните бизнис планови
- ✓ Продлабочување на соработката меѓу академскиот и бизнис секторот односно развивање на долгорочно партнерство
- ✓ Идентификување на идни можности за соработка на академскиот и бизнис секторот

D. Проектен пристап:

Проектната задача се реализира со примена на пристап за мултидисциплинарна проектна соработка на академијата и бизнисот **“MultiCreation approach”**

развиен од авторките: проф. д-р Рената Петревска Нечкоска и проф. д-р Моника Ангелоска-Дичовска.

1. Petrevska Nechoska R., Angeloska-Dichovska M.: "Multi Creation" – participatory learning approach for business – academia collaboration, 3rd International Scientific Conference »Teaching Methods for Economics and Business Sciences, Faculty of Economics and Business of the University of Maribor, Slovenia, 13 - 17 May, 2019 Maribor, <https://press.um.si/index.php/ump/catalog/book/474>,
2. Petrevska Nechoska R., Angeloska Dichovska M., Angeleski M., Koltovska Nechoska D. & Bogdanoska Jovanovska M.: MultiCREATION: Multi-Stakeholder Problem-Driven Approach, Chapter in a book Facilitation in Complexity, Contributions to Management Science. Springer, Cham. 2023, pp. 205-235, https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-031-11065-8_8

**Е. Одговорни (ментори) во проектот:
Економски факултет – Прилеп:**

проф.д-р Моника Ангелоска Дичовска – координатор
monika.angeloska@uklo.edu.mk

проф.д-р Рената Петревска Нечкоска - MultiCreation ментор
renata.petrevska@uklo.edu.mk

проф.д-р Снежана Обедниковска - ментор
snezana.obednikovska@uklo.edu.mk

проф.д-р Анета Ристеска Јанкулоска - ментор
aneta.risteska@uklo.edu.mk

доц.д-р Емилија Ѓорѓиоска - ментор
emilija.mateska@uklo.edu.mk

И.Т. компанија iSource:

Владимир Робевски - сопственик и менаџер
vladimir@isource.com.mk

м-р Елена Петковска - раководител на маркетинг оддел
elena.s@isource.com.mk

Елена Гагачева - маркетинг менаџер
elena.g@isource.com.mk

Ф. Директно вклучени студенти од прва, втора, трета, четврта година по предметите:

- Вовед во бизнис
- Иновациски менаџмент
- Маркетинг менаџмент

- Однесување на потрошувачите
- Стратегиски менаџмент
- Трговско право

Преку десеминациони активности опфат на поширок ранг на стехјхолдери: студенти, средношколци, професори, сопственици и менаџери на бизниси, вработени, претставници на организации и институции и сл.

G. Период на соработка на конкретниот проект:

Летен семестар, академска 2022/2023 година

H. Чекори во мултидисциплинарната проектна соработка:

- 1) Иницијален состанок за идентификување на можностите за заедничка соработка
- 2) Меморандум за соработка; Договори за реализирање практична настава
- 3) Kick-off средба
- 4) Спроведување на истражувањето
- 5) Прв консултативен состанок на сите вклучени страни
- 6) Анализа на податоци и подготовка на резултати
- 7) Втор консултативен состанок на сите вклучени страни
- 8) Финален настан и презентација на резултатите
- 9) Евалуација на проектната задача
- 10) Десеминација

I. Очекувани резултати:

- Спроведено истражување и анализа (студенти и ментори)
- Креирана иновативна маркетинг стратегија за настап на странски пазар (студенти и ментори)
- Извештаи и презентации (студенти)
- Сертификат за учество во проектна задача (партнери на проектот)
- Поени за проектна задача (факултетот)
- Потврда за реализирана практична работа (компанијата)
- Таргетирање на идни кадри (компанијата)
- Идентификувани нови можности за соработка (сите вклучени стехјхолдери)

Ј. Начини на комуникација на вклучените страни: хибриден

- Директни средби
- Classroom и Google Meet
- <http://moodle.eccfp.edu.mk/course/category.php?id=12>
- Е-маил комуникација
- Viber групи
- Телефонска комуникација

К. Начин на промоција и десеминација:

- Веб страни на партнерите
- Социјални профили на партнерите
- Moodle платформа
- Финален настан на Економски факултет Прилеп
- Објави во печатени и електронски медиуми (Еквилибриум и Факултети)
- Универзитетско радио
- Објава на научно стручен труд во списание/конференција
- Индивидуални објави и споделувања на учесниците
- Настан со средношколци