



UNIVERSITETI I EVROPËS JUGLINDORE
УНИВЕРЗИТЕТ НА ЈУГОИСТОЧНА ЕВРОПА
SOUTH EAST EUROPEAN UNIVERSITY

Study program **Бизнис администрација (2025/2026)**

Факултет Бизнис и економија

Циклус на студии Трет циклус (докторски)

ECTS 180

Код PhD-BE-180

Титула Доктор по економски науки - Насока: Бизнис администрација

Архивски број на акредитација [180] 03-2382/1

Архивски број на акредитација []

Решение за почеток со работа

Датум на акредитација 09.07.2025

Опис на програмата

Студиската програма за бизнис администрација е дизајнирана да ги поттикне студентите да се вклучат во напредни научни истражувања што го поттикнуваат социјалниот и економскиот напредок. Со поттикнување на трансферот на академско знаење на јавни и приватни институции, како и групи на интереси, програмата го премостува јазот помеѓу теоријата и практичната примена во современиот бизнис и менаџмент.

Оваа програма се издвојува со решавање на динамичните предизвици на современите деловни средини, со тоа што студентите ќе стекнат знаења и вештини за ефективно да водат во глобализираната економија. Специфичните цели вклучуваат:

- Подобрување на капацитетите за управување и надзор на претпријатијата за промовирање на развојот на иновативни и одржливи деловни практики.
- Обука на претприемачки менаџери кои покажуваат подготвеност да се справат со предизвиците, да преземаат пресметани ризици и да профитираат од можностите што се појавуваат.
- Обука на лидери со напредни способности за донесување одлуки, опремени да се движат низ комплексноста на современиот деловен пејзаж.
- Обликување на менаџери со перспективи и вештини за напредно размислување за планирање на идните сценарија, процена на ризик и искористување на деловните можности од 21 век.
- Поттикнување на вештини во користење на меѓународно признати ресурси, како што се академски списанија и публикации на англиски јазик, за поддршка на континуираното учење и истражување.
- Поттикнување на независни истражувачки способности на напредно ниво, подготвување на студентите да придонесат со значајни увиди и иновативни решенија во деловниот и менаџмент секторите.
- Програмата тесно се усогласува со потребите на општеството кои се развиваат преку решавање на критичните празнини во менаџерската експертиза, лидерството и претприемачките иновации. Ја отсликува структурата и квалитетот на најмалку три акредитирани програми понудени од водечки меѓународни високообразовни институции, обезбедувајќи глобална конкурентност и релевантност.
- Со нагласување и на теоретските и практичните димензии на бизнисот и менаџментот, оваа студиска програма ги подготвува дипломираните студенти да ги задоволат барањата на современите претпријатија и да придонесат

значајно за општествениот и економскиот развој.

Кариера

По успешно завршување на програмата, студентите ќе можат:

- Индивидуално и групно да работаат на истражување на најсоодветните форми на исполнување на потребите на населението.
- Да ги елаборираат, од научен и од професионален аспект, разликите и потребите на заедницата.
- Активно да бидат вклучени во изградбата на макроекономската и микроекономската политика.
- Да бидат информирани и да придонесуваат во научните и во професионалните елаборати.

Резултати од учењето

Знаење и разбирање

Напредно разбирање на концептите за бизнис администрација, вклучувајќи организациско однесување, стратешко управување и деловни операции.

Спроведување критичка анализа на современите деловни практики и политики, особено во контекст на националната и глобалната економија.

Примена на знаењето и разбирањето

Развивање на способност за пресметување на пазарните трендови, предвидување на деловните можности и анализирање на влијанието на деловните стратегии врз организациската ефикасност.

Примена на теоретското знаење во практични сценарија за управување со бизнис, претприемништво и донесување одлуки.

Способност за проценка

Оспособување на студентите за преземање лидерски улоги во профитни и непрофитни организации на локално и глобално ниво.

Критичко оценување на деловните модели и стратегии за надминување на предизвиците поврзани со глобализацијата, дигиталната трансформација и конкурентните пазари.

Комуникациски вештини

Подобрување на личните, професионалните и комуникациските вештини, неопходни за ефикасно управување и тимска работа во деловното опкружување.

Поттикнување активно учество во дискусии и самостојно истражување во различни области на бизнисот и управувањето.

Вештини на учење

Поттикнување критичко размислување и вештини за решавање на проблеми, неопходни за иновативни и одржливи деловни решенија.

Развивање истражувачки способности и практична експертиза во управување, маркетинг и финансии за приватни и непрофитни организации.

Листа на предмети

Семестар 1

- [C2012] [10.0 ЕКТС] **Квантитативни методи на истражување**
- [DBE0102] [10.0 ЕКТС] **Теорија на организација - мултидисциплинарен пристап**
- [C2015] [10.0 ЕКТС] **Маркетинг-стратегии и менаџмент**

Семестар 2

- [DBE0105] [10.0 ЕКТС] **Прифаќање и одобрување на планот за докторската дисертација**

- [10.0 ECTS] **Изборен предмет**
- [10.0 ECTS] **Изборен предмет**

Семестар 3

- [PHD-S3-S4-01] [40.0 ECTS] **Научно-истражувачка работа**

Семестар 4

- [PHD-S3-S4-02] [15.0 ECTS] **Публикации I**
- [C2016] [5.0 ECTS] **Студентска мобилност**

Семестар 5

- [DBE0104] [20.0 ECTS] **Презентација на резултатите од истражувањето**
- [PHD-S5-01] [10.0 ECTS] **Публикации II**

Семестар 6

- [C2598] [30.0 ECTS] **Докторска дисертација**

Description of courses

Задолжителни предмети

- **Квантитативни методи на истражување**

Во фокусот на предметот се квантитативните истражувачки методи повеќе од филозофијата на истражувањето. Во рамките на предметот се покриваат квантитативните методи и истражувачките техники кои се применуваат на сите области на економската наука. Цел на овој предмет е студентите да научат да направат истражување и да употребуваат соодветни истражувачки квантитативни методи за нивна цел. Исто така предметот е дизајниран за индивидуите кои имаат потреба да направат истражување во општествените науки како дел од нивните академски истражувања или професионални истражувања. Покрај тоа, во рамките на предметот тие ќе научат инструменти и техники преку кои ќе се зголеми веројатноста за успешно да ја комплетираат нивната истражувачка теза во соодветно време. На крај, преку овој предмет студентите ќе добијат доволно знаења и вештини и аналитички инструменти и техники за да бидат посоефицирани во користењето на овие методи при истражувањето во општествените науки (економија, финансии, менаџмент и маркетинг).

- **Теорија на организација - мултидисциплинарен пристап**

Преку овој предмет се истражуваат начините на кои организациите можат да бидат дизајнирани (од страна на менаџментот или од други) со цел да се постигнат нивните цели. Студентите се изложуваат на начините на кои економистите, психолозите и социолозите се занимаваат со ова и со сродните прашања. Затоа, тоа е интердисциплинарен предмет кој го споредува и спротивставува придонесот на основните дисциплини од општествените науки во проучувањето на организациите. Предметот е базиран на теоретски и на емпириски материјали и студентите ќе бидат поттикнати да се потпираат на сопственото локално знаење при продолжување на нивните студии. Посебен акцент ќе се даде (иако не ексклузивно) на организациите, формирани со економска цел. На крајот од овој предмет и откако ќе го завршат основното читање и активности, студентите треба да бидат способни: 1. Да ги опишат суштинските карактеристики на организациите; 2. Да ги разберат факторите кои ги обликуваат овие карактеристики; 3. Да ја ценат еволуцијата на различни организациски дизајни/типови; 4. Да разберат како менаџерите можат да градат и менуваат организации; 5. Да разберат како различните организациски форми влијаат врз поединецот во рамките на организациите.

- **Маркетинг-стратегии и менаџмент**

Предметот треба да им помогне на студентите да: - Научат да размислуваат стратешки кога донесуваат и спроведуваат одлуки за маркетинг; - Научат да применуваат специфични аналитички пристапи и алатки за да ги разберат клиентите, конкуренцијата и пазарите; - Стегнат потребни аналитички и концептуални вештини за развој на успешни маркетинг програми; - Развијат стратешко размислување во контекст на сложените проблеми и предизвици со кои се соочуваат современите директори и менаџери; - Добијат преглед на

современите маркетинг прашања и предизвици со кои се соочуваат маркетинг-менаџерите во динамичното деловно опкружување; - Развијат разбирање за тоа што е вклучено во донесувањето на одлуки во врска со маркетингот, вклучувајќи производ, цена, промоција и донесување одлуки за создавање на комбиниран маркетинг; - Користат техники за вршење на стратешка анализа на пазарот, како и формулирање на маркетинг- стратегии.

- **Прифаќање и одобрување на планот за докторската дисертација**

По првиот семестар, студентот ги започнува активностите за составување на својот план за докторската дисертација. Активностите вклучуваат: одредување на литературата, составување хипотетичка рамка, дефинирање на методологијата за работа и определување индивидуален план како и прва јавна презентација. По потреба може да се организираат и изборни предмети за оваа цел.

- **Научно-истражувачка работа**

Во втората година (3 и 4 семестар) докторандот продолжува со својата научно-истражувачка дејност според одобрениот индивидуален план. Менторот дава процена во врска со овие активности.

- **Публикации I**

Публикации (издавање) на истражувачките активности според критериумите на релевантност на издавачкиот медиум. Издавачките активности и успеси на кандидатот се проверуваат пред научниот аудиториум - за областа и релевантноста на истражувањето.

- **Студентска мобилност**

Во текот на четвртиот семестар студентот треба да реализира мобилност во научна или во друга релевантна институција во траење од најмалку една недела надвор од државава. Целта на мобилноста на докторандите е да ја презентираат, разменат и дискутираат својата истражувачката работа со колеги од други земји за подобрување на квалитетот дисертацијата. За реализираната мобилност студентот до менторот доставува потврда од институцијата.

- **Презентација на резултатите од истражувањето**

На крајот на 5. семестар, по истражувачките активности предвидени во индивидуалниот план, кандидатот ќе ги презентира јавно вкупните резултати од оваа фаза на трудот и од истражувањето.

- **Публикации II**

Публикации (издавање) на истражувачките активности според критериумите на релевантност на издавачкиот медиум. Издавачките активности и успеси на кандидатот се проверуваат пред научниот аудиториум - за областа и релевантноста на истражувањето.

- **Докторска дисертација**

Продолжување на работата на докторската дисертација. Се предава тезата (дисертацијата), се прифаќа од Наставно-научниот на Факултетот, се предава на членовите на комисијата и започнува процедурата за јавна одбрана.

Изборни предмети

- **Менаџмент на знаење, иновации и конкурентност**

Цели на предметот се студентите да: - Ја разберат улогата на менаџментот на знаење во остварување на финансиските цели, подобрување на квалитетот, процесите како и степенот на иновативност во претпријатијата; - Научат како да го искористат знаењето во рамките на бизнисот; - Ги научат методите како може да се подобри креативноста во рамките на претпријатието; - Ги разберат суштината, предизвиците и бенефитите на различните иновации; - Ги увидат начините на подобрување на конкурентската способност на претпријатијата; - Ги научат елементите и процесите за развој на алтернативни начини на користење на знаењето во создавањето на конкурентска предност.

- **Претприемнички менаџмент - напредно ниво**

Цели на предметот: - Разбирање на фундаменталните концепти на претприемништвото, старт-ап процесите, бизнис-моделите, одржливост и претприемачки финансии; - Запознавање со принципите на управување како што се планирање, организирање, водење и контролирање во рамките на претприемачки контекст; - Способност за стратешко размислување, одлучување и управување со ризик во различни претприемачки потфати. - Способност да се спроведе истражување, да се анализираат податоците и да се применат наодите за претприемачки сценарија/контексти. - Капацитет за критичка анализа на претприемачки студии на случај, трендови и теории. - Искуство во колаборативни околности и лидерски улоги во рамките на претприемачки проекти.

- **Глобален стратешки менаџмент**

Преку овој предмет студентите ќе се подготват за стратешко размислување и одлучување и избегнување на ад-хок одлуки. Овој предмет ќе се обработува при одредувањето на мисијата на компанијата, етиката и општествената одговорност во стратешкиот менаџмент, анализа на надворешното и внатрешното опкружување во стратешкото одлучување, анализа и стратегија за селекција, анализа на синџирот на вредност, анализа на долгорочни цели и стратегии, бизнис-стратегии на мултинационални компании, стратегии за имплементација и контрола, стратегии на мали, претприемачки бизниси, стратегии на непрофитни организации, стратегии во меѓународниот бизнис и друго. Во рамките на предметот, исто така, ќе се третираат модели, начини на одлучување во ситуации на несигурност, сигурност и ризик. Сите теми од овој предмет ќе бидат развиени во насока на компаративна анализа на пристапите што ги користат компаниите кои работат во различни делови на светот.

- **Однесување на потрошувачите - напредно ниво**

Целите на програмата и резултатите од учењето за предметот „Однесување на потрошувачите - напредно ниво“ се насочени кон развивање на специјализирани компетенции во анализирањето и примената на теориите за однесувањето на потрошувачите. Овие цели и резултати имаат за цел да ги подготват студентите за разбирање и влијание врз одлуките на потрошувачите во различни маркетинг контексти.

- **Дигитален маркетинг**

Целта на предметот е студентите да стекнат знаења за деловните предности на дигиталниот маркетинг и за неговото значење за успехот во маркетингот на една организација. Дигиталниот маркетинг е местото каде што маркетингот ги користи интернетот и другите форми на нови медиуми. Тоа вклучува: онлајн-рекламирање и учество во социјални медиуми, различни дигитални медиуми и креирање маркетинг-содржина; оптимизирање на веб-страница и SEO-оптимизација и стекнување основни познавања на Google Analytics за мерење на ефектите од дигиталниот-маркетинг. Стекнатите знаења, вештини и компетенции ќе им помогнат на студентите да го дизајнираат и да го оценат планот на дигиталниот-маркетинг за ефикасно управување со перформансата на дигиталниот-маркетинг.