

Приватна високообразовна установа
- висока стручна школа
ФАКУЛТЕТ ЗА БИЗНИС ЕКОНОМИЈА
Бр. 02-40411
ДДСТ 2017 год.
Скопје

РЕФЕРАТ
ЗА ИЗБОР ВО НАСТАВНО ЗВАЊЕ ПРОФЕСОР ЗА НАУЧНАТА ОБЛАСТА
МЕЃУНАРОДНА ЕКОНОМИЈА И МЕЃУНАРОДЕН МЕНАЏМЕНТ НА
ПРИВАТНАТА ВИСОКООБРАЗОВНА УСТАНОВА-ВИСОКА СТРУЧНА ШКОЛА
“ФАКУЛТЕТ ЗА БИЗНИС ЕКОНОМИЈА”

Со Одлука бр.02-399/1 од 29.08.2017 година донесена на седница на Наставничкиот совет на **ПРИВАТНАТА ВИСОКООБРАЗОВНА УСТАНОВА-ВИСОКА СТРУЧНА ШКОЛА “ФАКУЛТЕТ ЗА БИЗНИС ЕКОНОМИЈА”**, одржана на 29.08.2017 година, определени сме за членови на Рецензионата комисија за избор на еден наставник на научната област Меѓународна економија и Меѓународен менаџмент на ПВУ-ВСШ Факултет за бизнис економија во Скопје.

Јавниот конкурс за овој избор беше објавен во дневниот весникот „Нова Македонија“ од 22/23.07.2017 год. и во предвидениот рок се пријави само еден кандидат, д-р Аземина Машовиќ, доктор на економски науки.

Врз основа на приложената документација и нашето познавање на кандидатката, чест ни е на Наставничкиот совет на ПВУ-ВСШ Факултет за бизнис економија во Скопје да му го поднесеме следниов

ИЗВЕШТАЈ

Биографски податоци

Д-р Аземина Машовиќ е родена на 06.08.1982 година во Скопје, Република Македонија. Средно образование завршува во средното економско-правно училиште СУГС „Арсени Јовков“-Скопје. Во академската 2001/2002 година се запишува на Економскиот Факултет при Универзитетот „Св. Кирил и Методиј“ во Скопје, каде дипломира во октомври 2005 година, со просечен успех 9,30 и се стекнува со звање дипломиран економист.

Во академската 2005/2006 година се запишува на последипломски студии на Економскиот факултет при Универзитетот „Св. Кирил и Методиј“ во Скопје, насока МБА менаџмент. Студиите ги завршува во 2011 година, со просечен успех 8,90. На 04.04.2011 година успешно го одбрани магистерскиот труд со наслов „Специфичности на контролата во спроведувањето на стратегијата на мултинационалните компании“, со што се стекна со звање магистер на економски науки од областа на МБА менаџментот.

Во декември 2011 година на Економскиот факултет при Универзитетот „Св. Кирил и Методиј“ во Скопје пријавува изработка на докторска теза под наслов „Факторите на окружувањето и нивното влијание на перформансите на мултинационалните компании, како основа за унапредување на деловната клима во Р. Македонија“. На 21.04.2017 година, успешно го одбрани докторскиот труд под горенаведениот наслов, пред Комисијата во состав: проф. д-р Љубомир Дракулевски, проф. д-р Таки Фити, проф. д-р Кирил Постолов,

вонр. проф. д-р Предраг Триески и вонр. проф. д-р Стојан Дебарлиев. Со тоа се стекна со научен степен доктор на економски науки.

Непосредно по завршувањето на додипломските студии до април 2013 година работи како асистент на група предмети од областа на маркетингот и менаџментот на приватниот универзитет Европски универзитет–Република Македонија, директно ангажирана во наставно-образовниот процес, но и во организациско-развојната дејност на универзитетот. Од јуни 2013 до април 2014 година е Раководител на одделот за маркетинг и односи со јавноста на градежната компанија „Трансмет“. Истовремено, била ангажирана и како Надворешен координатор на компанијата при Сојузот на стопански комори на Република Македонија. Во декември 2014 година била избрана за Асистент на група предмети од областа на менаџментот при Меѓународниот универзитет Визион–Гостивар. Во август 2015 година била ангажирана како Бизнис консултант во компанијата Дрога Колинска од Скопје, супсидијар на хрватската мултинационална компанија Атлантик Група и функцијата ја обавувала се до крајот на година. Од 2006 година до 2011 година е член на маркетинг друштвото „Маркетинг“–Скопје, а од септември 2015 година е Секретар на уредувачкиот одбор на Научното списание за теоријата и практиката на социо-економскиот развој „Социоекономика“ од Република Србија, функцијата ја извршува до денес.

Наставно-образовна и научноистражувачка дејност

Во јули 2006 година, д-р Аземина Машовик е избрана за помлад асистент по група предмети од областа на маркетингот на Факултетот за економски науки во состав на Европскиот универзитет-Р. Македонија. Во јуни 2009, кандидатката е реизбрана за помлад асистент на истата група предмети.

Во јули 2011 година, д-р Аземина Машовик е избрана во асистент на група предмети од областа на менаџментот на Факултетот за економски науки во состав на Европскиот универзитет-Р. Македонија.

На Факултетот за економски науки во состав на Европскиот универзитет–Република Македонија работи, од февруари 2006 до октомври 2007, како помлад асистент на предметите Основи на маркетинг, Маркетинг политика на цени, Маркетинг менаџмент, Однесување на потрошувачите и Маркетинг планирање, додека од октомври 2007 до април 2013 година работи како асистент на предметите Меѓународен менаџмент и Меѓународна трговија.

Во декември 2014 година, кандидатката е избрана за асистент на група предмети на Меѓународниот универзитет „Визион“ во Гостивар.

Освен во наставно-образовната дејност, кандидатката д-р Аземина Машовик е активна и во научно-истражувачката дејност. Од нејзиниот избор за помлад асистент до денес, кандидатката се јавува како коавтор на еден позитивно рецензиран универзитетски учебник и како автор/коавтор на повеќе научни и стручни трудови:

1. Машовиќ, А. (2017): „Дистинкција помеѓу перформанси на супсидијарот и перформанси на неговиот менаџмент“, Зборник на трудови од Тринаесетта меѓународна научна конференција „Учителот на иднината“ (Будва, Црна Гора, 25-28 Мај 2017), Институт за менаџмент на знаење, 17 (1), ISSN 2545-4439 (принтано издание), ISSN 1857-923X (електронско издание), стр. 541-546;
 - Во овој труд кандидатката ја констатира потребата од разграничување на два типа на перформанси во работењето на мултинационалните компании, односно на перформанси на супсидијарот и перформанси на неговиот менаџмент. Сите фактори на окружувањето коишто се надвор од контрола на менаџментот се поделени во две групи на фактори: фактори надвор од контрола на менаџментот во екстерното окружување и фактори надвор од контрола на менаџментот во интерното окружување. Во оцена на менаџерските перформанси, мултинационалните компании треба да го изостават влијанието на факторите и варијаблите на окружувањето коишто се надвор од контрола на менаџментот на супсидијарот. Истовремено, кога ги оценуваат перформансите на нивните супсидијари, мултинационалните компании треба да ги земе во предвид сите фактори и варијабли на окружувањето коишто се надвор од контрола на менаџментот на супсидијарот.
2. Mašović, A. (2014): „Transferne cijene i performanse multinacionalnih kompanija“, Socioeconomica-Naučni časopis za teoriju i praksu društveno-ekonomskog razvoja, 3(6), str. 253-268;
 - Со овој труд кандидатката дава придонес на истражувањето на влијанието на трансферните цени на перформансите на мултинационалните компании. Врз основа на согледаните аспекти, кандидатката констатира дека мултинационалните компании за оцена реалните перформансите на супсидијарите и нивните менаџери потребно е да применуваат трансферни цени одредени според принципот „дофат на рака“.
3. Машовиќ, А., Ристовска, Н. (2012): „Мултинационалните компании и предизвикот на меѓународното рекламирање“, Зборник на трудови од Меѓународната научната конференција на тема: „Улогата на медиумите во промоција на производите и услугите“, Македонско здружение за маркетинг „Маркетинг“, Скопје, стр. 233-248;
 - Овој труд е посветен на согледување на трите фундаментални прашања со кои се соочуваат мултинационалните компании во изборот на медиумите за глобалниот пазар: важност на културните и националните разлики во одделните земји во изборот на медиумите, организациска структура, и односите помеѓу културната ориентација на маркетинг менаџерите и нивната перцепција на националните карактеристики при избор на медиумите. Следствено тоа, маркетинг менаџерите на мултинационалните компании треба да посветат посебно внимание како на општите фактори на окружувањето (видот на производот, целниот пазар, конкуренцијата) така и на одредени фактори на окружувањето во земјата-домаќин (расположливоста на медиумите, правните ограничувања, нивото на развојот на економијата, важноста на писменоста и јазичните и културните разлики).

4. Ристовска, Н., Машовиќ, А. (2012): „Медиумски стратегии кај глобалните претпријатија“, Зборник на трудови од Меѓународната научната конференција на тема: „Улогата на медиумите во промоција на производите и услугите“, Македонско здружение за маркетинг „Маркетинг“, Скопје, стр.105-124;
 - Целта на трудот е да се придонесе кон разбирање на основниот концепт и процесот на стратегиско планирање на медиумските активности кај глобалните претпријатија, процес кој опфаќа четири аспекти: поставување на цели на медиумската активност во согласност со целите на маркетингот и економската пропаганда на глобалните претпријатија, развој на медиумска стратегија за имплементирање на медиумските цели, дизајнирање на медиумски тактики за реализација на медиумската стратегија, и предлог на процедури за евалуација на ефективноста на медиумскиот план. Овој процес во услови на глобално турбулентно окружување бара внимателно истражување и добро познавање на сите расположливи опции на медиуми, како и специфичните маркетинг тактики со оглед на постоењето на значајни економски, правни и културни разлики помеѓу земјите на глобалниот пазар.
5. Машовиќ, А. (2011): „Алокација на ресурсите како значаен контролен механизам на мултинационалните компании“, Списание за теорија и практика „Економија и бизнис“, бр. 155 (априлско издание), стр. 32-34, Скопје;
 - Со овој труд кандидатката прави обид да придонесе кон истражувањето на контролните механизми на мултинационалните компании, со посебен осврт на алокација на ресурсите како контролен механизам. Преку начинот на дистрибуција на ресурсите се одредуваат перформансите и резултатите кои се посакувани од страна на компанијата. Мултинационалните компании ефективно ја спроведуваат контролата врз супсидијарите преку алокацијата на ресурсите помеѓу нив. Во некои мултинационални компании, насоката на текот на ресурсите е од седиштето до супсидијарите, меѓутоа во интегрираните мултинационални компании текот на ресурсите може да биде повеќенасочен. Влијанието на супсидијарот и неговата автономија во рамките на мултинационалната компанија е функција на количината на ресурсите што ја обезбедува за останатите делови на мултинационалната компанија. Седиштата го одредуваат начинот на алокација на ресурсите и контролата, при што генерално го употребува системот на буџетирање.
6. Машовиќ, А. (2011): „Природата на контролата во мултинационалните компании“, Зборник на трудови од Меѓународната конференција „Европски пат кон иднината“, Европски универзитет-Република Македонија, Скопје, стр.391-400;
 - Во овој труд, кандидатката ја истражува природата на контролата во мултинационалните компании. Контролниот процес е од суштинско значење за секоја компанија. Потребата од контрола е зголемена кога компанијата ги преминува националните граници и врши експанзија на нови странски пазари. Ефективен систем на контрола, меѓу другите фактори, зависи и од обезбедување на постојан прогрес кон остварување на корпоративните цели. Контролата е потребна не само да ги открие проблемите и отстапувањата од плановите туку, исто така, да ги антиципира проблемите пред истите да се случат. Следствено на тоа, функциите на контролата и стратегиското

планирање се тесно поврзани и меѓусебно зависни. Добар план има вграден контролен систем кој го следи спроведувањето на планот и обезбедува информации за постигнувањето на целите.

7. Андрески, Б., Ристовска, Н. и Машовик, А. (2009): *Меѓународен менаџмент*, Европски универзитет-Република Македонија, АБЦ Принт, Скопје;
 - Универзитетски учебник по предметот Меѓународен менаџмент за студенти од трета година на Факултетот за економски науки во состав на Европскиот универзитет-Република Македонија;
8. Машовик, А. (2009): „Контролни механизми на мултинационалните компании“, Зборник на трудови на Европскиот универзитет-Република Македонија, Скопје, стр.287-296;
 - Во рамките на овој труд кандидатката ги истражува различните контролни механизми на мултинационалните компании. Врз основа на согледаните аспекти, кандидатката констатира дека за спроведување на ефективна контрола во рамите на мултинационалните компании потребна е примена на формални, неформални, директни и индиректни механизми за да се одговори посебно на окружувањето на секој одделен супсидијар при спроведувањето на стратегијата на мултинационалната компанија.
9. Машовик, А. (2008): „Управување со конфликтите во рамките на организацијата“, Зборник на трудови на Европскиот универзитет-Република Македонија, Скопје, стр. 415-426;
 - Кандидатката со овој труд прави придонес кон истражувањата во однос на управувањето на конфликтите во рамките на организацијата како важен приоритет, бидејќи организиските конфликти лесно можат неповолно да се одрази на организиската култура. Врз основа на согледаните аспекти, предложени се стратегии и техники за ефективно управување со конфликтите во рамките на организацијата.
10. Машовик, А. (2008): „Извор на моќта и влијанието во рамките на организацијата“, Зборник на трудови на Европскиот универзитет-Република Македонија, Скопје, стр. 305-318;
 - Овој труд е посветен на истражување на изворот на моќта и влијанието во рамките на организацијата. Кандидатката ги согледува различните типови на процеси на моќ и влијание, како и позицијата и личните карактеристики кои често можат да се јават како извор на моќ и влијание во рамките на организацијата.

Кандидатката д-р Аземина Машовик има учествувано на следните научни конференции од меѓународен карактер:

1. Меѓународната конференција „Европски пат кон иднината“, Европски универзитет-Република Македонија, Скопје, (11-12 јануари 2011 година);
2. Прва меѓународна научната конференција на тема: „Улогата на медиумите во промоција на производите и услугите“ на Македонско здружение за маркетинг „Маркетинг“, Скопје, (14-15 јуни 2012 година);
3. Thirteenth International Scientific Conference „The Teacher of the Future“, Institute of Knowledge Management, Budva, Montenegro (25-28 May 2017);

Стручно-апликативна и организациско-развојна дејност

Стекнатите знаења и способности во наставно-образовната и научно-истражувачката дејност кандидатот д-р Аземина Машовик успешно ги практикува и во разни активности од стручно-апликативна природа.

Во текот на работењето на Факултетот за економски науки во состав на Европскиот универзитет-Република Македонија, кандидатката д-р Аземина Машовик, освен во наставно-образовниот процес, била ангажирана и во организациско-развојната дејност на универзитетот.

Во извршувањето на факултетските активности има заземено учество во повеќе работни тимови и комисии на факултетот. Исто така, кандидатката била редовно ангажирана во промотивните активности на Факултетот во разни подрачја на неговото дејствување. Меѓу поважните можат да се издвојат:

- Член на работниот тим за подготвка на наставни програми на факултетот;
- Член на библиотечниот тим;
- Член на работниот тим за изработка на промотивни материјали;
- Член на работниот тим за организација и реализација на преставувањето на факултетот на Саемот за образование;
- Член на работниот тим за промоција на Европскиот универзитет-Република Македонија по средните училишта во Скопје и низ останатите градовите на државата;
- Медиумско преставување и промовирање на Европскиот универзитет-Република Македонија.

Во рамките на Научното списание за теоријата и практиката на социо-економскиот развој „Социоекономика“ од Република Србија, официјално списание на Глобалната мрежа за социо-економско истражување и развој, како заеднички проект на Научното здружение „Акроасис“ од Република Србија и Универзитетот во Јоханесбург од Јужна Африка, кандидатката д-р Аземина Машовик од 2015 година активно учествува како секретар на списанието.

Доколку ги квантифицираме вредностите на работните обврски и ангажманот на кандидатката д-р Аземина Машовик, согласно одредбите на постојните законски прописи во доменот на високото образование и научно-истражувачката дејност, како и внатрешните акти на Факултетот за бизнис економија, на лицето за избор д-р Аземина Машовик е оценета со 92,8 поени, за што во прилог на оваа рецензија има табеларен приказ.

Имајќи го предвид погоре наведеното на Наставничкиот совет му го даваме следниот:

ЗАКЛУЧОК И ПРЕДЛОГ

Имајќи ги предвид претходните наведените податоци, рецензентската комисија заклуччи дека кандидатката д-р Аземина Машовик има потенцијал за научно-истражувачка работа, има повеќегодишно работно искуство во областа на високото образование, како и афинитети за наставно-образовни и истражувачка активност. Оттука може да оцениме дека д-р Аземина Машовик има потенцијал да биде вклучена во наставно-образовните и научно-истражувачки активности што се реализираат на Приватната високообразовна установа-Висока стручна школа ФАКУЛТЕТ ЗА БИЗНИС ЕКОНОМИЈА, во областа на Меѓународната економија и Меѓународниот менаџмент.

Затоа на Наставничкиот совет на Факултетот му предлагаме да ја избере д-р Аземина Машовик во наставно звање професор во областа на Меѓународната економија и Меѓународниот менаџмент.

РЕЦЕНЗИОНА КОМИСИЈА

Проф. д-р Љубомир Дракчевски

Проф. д-р Стојан Дебарлиев

Проф. д-р Слаѓана Стојановска



**КРИТЕРИУМИ ЗА ИЗБОР ВО НАСТАВНО ЗВАЊА ПРОФЕСОР НА
Д-Р АЗЕМИНА МАШОВИЌ НА ПРИВАТНАТА ВИСОКООБРАЗОВНА УСТАНОВА-
ВИСОКА СТРУЧНА ШКОЛА “ФАКУЛТЕТ ЗА БИЗНИС ЕКОНОМИЈА”**

НАСТАВНО-ОБРАЗОВНА ДЕЈНОСТ

	Поени
Одржување на вежби¹	37,8
1. Основи на маркетинг: 2(часа неделно)*12(недели)*0,15(поени за часови вежби)*1(семестари)=3,6 поени 2. Маркетинг менаџмент: 2(часа неделно)*12(недели)*0,15(поени за часови вежби)*1(семестари)= 3,6 поени 3. Маркетинг политика на цени: 2(часа неделно)*12(недели)*0,15(поени за часови вежби)*1(семестари)= 3,6 поени 4. Однесување на потрошувачи: 2(часа неделно) *12(недели)*0,15(поени за часови вежби)*1(семестари)= 3,6 поени 5. Маркетинг планирање: 2(часа неделно)*12(недели)*0,15(поени за часови вежби)*1(семестари)= 3,6 поени 6. Меѓународен менаџмент: 2(часа неделно)*6(недели)*0,15(поени за часови вежби)*6(семестари)=10,8 поени 7. Меѓународна трговија: 2(часа неделно)*6(недели)*0,15(поени за часови вежби)*5(семестари)=9 поени	
Позитивно рецензиран универзитетски учебник	5
- Коавтор: Андревски, Б., Ристовска, Н., Машовиќ, А: „Меѓународен менаџмент“, Европски Универзитет – Р Македонија, АБЦ Принт, Скопје, 2009 година	
Интерна скрипта од предавање	8
- по предметот „Меѓународен менаџмент“, Европски Универзитет-Р Македонија – 4 поени - по предметот „Меѓународна трговија“, Европски Универзитет-Р Македонија – 4 поени	

НАУЧНОИСТРАЖУВАЧКА ДЕЈНОСТ

	Поени
Учесник во меѓународен научен/апликативен проект	5
- „Социоекономика“—Научното списание за теоријата и практиката на социо-економскиот развој „Социоекономика“ од Република Србија, официјално списание на Глобалната мрежа за социо-економско истражување и развој, како заеднички проект на Научното здружение „Акроасис“ од Република Србија и Универзитетот во Јоханесбург од Јужна Африка	
Труд објавен во научно/стручно списание	3
- Машовиќ, А. (2011): „Алокација на ресурсите како значаен контролен механизам на мултинационалните компании“, Списание за теорија и практика „Економија и бизнис“, бр. 155 (априлско издание), Скопје, стр. 32-34;	
Труд објавен во научно/стручно списание со меѓународен уредувачки одбор	4
- Mašović, A. (2014): „Transferne cijene i performanse multinacionalnih kompanija“, Socioeconomica-Naučni časopis za teoriju i praksu društveno-ekonomskog razvoja, 3(6), str. 253-268;	
Труд објавен во зборник на трудови од научен/стручен собир	12

¹ Вкупниот број поени во семестар се добиваат на следниот начин: неделен број на часови * бр. на работни недели во семестар (12 недели) * по бодување (0,15). Пример: 3 (часа неделно) * 12 (недели) * 0,15 (поени за часови вежби) = 5,4 поени.

<ul style="list-style-type: none"> - Машовиќ, А., Ристовска, Н. (2012): „Мултинационалните компании и предизвикот на меѓународното рекламирање“, Зборник на трудови од Меѓународната научната конференција на тема: „Улогата на медиумите во промоција на производите и услугите“, Македонско здружение за маркетинг „Маркетинг“, Скопје, стр. 233-248; - Ристовска, Н., Машовиќ, А. (2012): „Медиумски стратегии кај глобалните претпријатија“, Зборник на трудови од Меѓународната научната конференција на тема: „Улогата на медиумите во промоција на производите и услугите“, Македонско здружение за маркетинг „Маркетинг“, Скопје, стр.105-124; - Машовиќ, А. (2011): „Природата на контролата во мултинационалните компании“, Зборник на трудови од Меѓународната конференција „Европски пат кон иднината“, Европски Универзитет-Р. Македонија, Скопје, стр.391-400; - Машовиќ, А. (2009): „Контролни механизми на мултинационалните компании“, Зборник на трудови на Европскиот Универзитет-Р. Македонија, Скопје, стр.287-296; - Машовиќ, А. (2008): „Управување со конфликтите во рамките на организацијата“, Зборник на трудови на Европскиот Универзитет-Р. Македонија, Скопје, стр. 415-426; - Машовиќ, А. (2008): „Извор на мокта и влијанието во рамките на организацијата“, Зборник на трудови на Европскиот Универзитет-Р. Македонија, Скопје, стр. 305-318; <p>6 труда*2=12 поени</p>	
Труд објавен во зборник на трудови од научен/стручен собир со меѓународен уредувачки одбор	3
<ul style="list-style-type: none"> - Машовиќ, А. (2017): „Дистинкција помеѓу перформанси на супсидијарот и перформанси на неговиот менаџмент“, Зборник на трудови од Тринаесетта меѓународна научна конференција „Учителот на иднината“ (Будва, Црна Гора, 25-28 Мај 2017), Институт за менаџмент на знаење, 17 (1), ISSN 2545-4439 (принтрано издание), ISSN 1857-923X (електронско издание), стр. 541-546; 	
Учество на научен собир/конференција со меѓународен карактер	6
<ul style="list-style-type: none"> - Прва меѓународна научната конференција на тема: „Улогата на медиумите во промоција на производите и услугите“ на Македонско здружение за маркетинг „Маркетинг“, Скопје, (14-15 јуни 2012 година); - Меѓународна конференција „Европски пат кон иднината“, Европски Универзитет-Р. Македонија, Скопје, (11-12 јануари 2011 година); - Thirteenth International Scientific Conference „The Teacher of the Future“, Institute of Knowledge Management, Budva, Montenegro (25-28 May 2017); <p>3 конференции*2 поена=6 поени</p>	

СТРУЧНО-АПЛИКАТИВНА ДЕЈНОСТ

Поени

--	--

Дејности од поширок интерес

Поени

Член на уредувачки одбор на научно/стручно списание <ul style="list-style-type: none"> - „Социоекономика“-Научното списание за теоријата и практиката на социо-економскиот развој „Социоекономика“ од Република Србија, 2014-2017 4(периоди)*1,5 = 6 поени 	6
Член на организационен или програмски одбор на научен/стручен собир <ul style="list-style-type: none"> - Член на организационен одбор на стручните собири на Македонското здружение за маркетинг „Маркетинг“, од 2006-2011 година 6(периоди)*0,5=3 поена 	3

92,8

поени