

INSTORE ВО ПОСЕТА НА „СИТИ КОЛЕЦ“

# Кога интерактивното предавање е норма

Според истражувањата на престижниот лондонски магазин за високо образование, „Times Higher Education“, Универзитетот „Шефилд“ е прогласен за најдобро место за студирање. InStore беше во посета на „Сити Колец“ во Солун, еден од шесте академски факултети на „Шефилд“, единствен надвор од Велика Британија, при што разговаравме со проф. Крис Лиасидис од одделот за Бизнис, администрација и економија.

Разговараше:  
Наташа Атанасова,  
natashaf@instore.mk

**К**ои се опциите за луѓето што веќе работат во FMCG-секторот за надградување на нивното знаење на „Сити Колец“? Можат ли да се специјализираат во одредени области како трејд-маркетинг, преговарање, логистика и сл.?

Постојат многу опции. Секторот на трговија со стока за широка потрошувачка е разновиден и има потреба од повеќеслојна експертиза. Некој што веќе работи во оваа индустрија во суштина може да ја изучува постдипломската програма за Логистика со цел да добие подобра претстава за организацијата и планирањето на мрежата за набавка. Истото се однесува и на преговарањето, со оглед на тоа што една од главните карактеристики на секторот за производи за широка потрошувачка е набавка и „пазарење“ со доставувачите.

Универзитетот „Шефилд“ сега нуди постдипломска програма за Дигитален маркетинг и социјални медиуми што располага со најновите трендови и аплицира техники искористени во промовирање на продавници и добра понуда со помош на електронски и дигитални средства. Со други зборови, нешто што може да ја креира промоцијата и фокусот на



специфичната таргет-група, различно и издвоено. Нашата програма во суштина им објаснува на студентите како да го совладаат овој нов метод на промоција.

**На какви случаи учат студентите на Маркетинг кои паралелно и работат во областа? Како ги приспособувате нивните студии за да можат знаењето што ќе го стекнат да го применат на македонскиот пазар?**

Студиите на случај варираат од управување со мултинационални корпорации и средни компании, па дури и со оние најмалите во синдириите за малопродажба. Оние со примери од мултинационални корпорации им покажуваат на студентите најдобра пракса, додека, пак, малите и средните компании како и малите фирми нудат примери со наидување на проблеми и нивно решавање. Македонскиот пазар не е многу раз-

личен од останатите пазари во балканските земји. Така што, искористените студии на случај и примери се навистина апликативни. Студиите на случај за компании што оперираат на европско ниво се исто така искористени со оглед на тоа што имаат подружници и филијали во Македонија.

**Која е разликата меѓу студиите по маркетинг на вашиот универзитет во споредба со сличните студии на другите универзитети во Македонија и во регионот?**

Студиите на Универзитетот „Шефилд“ се доста различни во споредба со другите универзитети заради филозофијата фокусирана на студентите што владее на универзитетот, а посебно меѓу академскиот персонал. И покрај големите групи, сепак семинарите и предавањата се изведуваат пред мали групи студенти, најчесто под 20. На

овој начин, студентите имаат можност да поставуваат прашања и да ја моделираат предавањето според начинот што најмногу одговара на секторот од каде што доаѓаат. Интерактивното предавање е норма, при што се отвораат дискусии со цел на студентите да им овозможат платформа со која ќе размислуваат самите за тоа како тие би постапиле во извесна ситуација. За оваа цел се користи специјален софтвер со симулации каде студентите во групи се натпреваруваат меѓусебе и со тоа добиваат вистински впечаток за тоа каков е навистина пазарот, конкуренцијата и средината во којашто се функционира.

**Колку луѓе од Македонија досега имаат земено дипломи од „Шефилд“?**

Вкупно на додипломските, постдипломските, како и постдипломските програми на извршно ниво, досега има околу 850 дипломци од Македонија од основањето на „Сити Колецот“ во рамки на „Шефилд“. Моментално има околу 90 активни студенти од Македонија на сите програми, додека пак бројот на оние што дипломираше на одделот за Маркетинг е над 150. На сите нив сме особено горди. Нашите дипломци и постдипломци се на клучни позиции на македонскиот пазар – во бизниси за бизнис-секторот, а секако и во бизниси наменети директно за потрошувачите. ■