



ПОВИК ЗА  
ОСМА МЕЃУНАРОДНА НАУЧНА КОНФЕРЕНЦИЈА  
(ISCMMA'21)

# ГЛОБАЛНИ ТРЕНДОВИ ВО 2021 ГОДИНА

МАКЕДОНСКО ЗДРУЖЕНИЕ  
ЗА МАРКЕТИНГ  
„МАРКЕТИНГ“ - СКОПЈЕ  
MZMARKETING.ORG



**МЕЃУНАРОДЕН  
СЛАВЈАНСКИ  
УНИВЕРЗИТЕТ**  
ГАВРИЛО РОМАНОВИЧ ДЕРЖАВИН

# ГЛОБАЛНИ ТРЕНДОВИ ВО 2021 ГОДИНА

## ISCMMA'21 • ISCMMA@MSU.EDU.MK

Македонското здружение за маркетинг „МАРКЕТИНГ“ – Скопје, во соработка со Меѓународниот Славјански Универзитет „Г. Р. Державин“ – Свети Николе - Битола, со посебно задоволство Ве покануваат да учествувате на ОСМАТА МЕЃУНАРОДНА НАУЧНА КОНФЕРЕНЦИЈА (ISCMMA'21) на

### Тема: ГЛОБАЛНИ ТРЕНДОВИ ВО 2021 ГОДИНА

Конференцијата е од научен и практичен и карактер.

**Учесници** на конференцијата ќе бидат научни и стручни експерти од познати универзитети и од бизнис заедницата земјата и странство.

**Конференцијата** ќе се одржи на 29 април 2021 година (четврток) со почеток во 11:00 часот.

### Рокови

ПРИЈАВИТЕ и подготвените апстракти на трудови се доставуваат **НАЈДОЦНА** до 30 март 2021 година.

Со оглед на меѓународниот карактер на списанието, препорачуваме трудовите да бидат напишани и доставени на англиски јазик.

### Контакт

iscmma@msu.edu.mk

### Место на одржување

Скопје - електронски - видеоконференциски

### Работни јазици

англиски, македонски, српски, хрватски.

### Публикација

Трудовите ќе бидат објавени во Македонското меѓународно списание „МАРКЕТИНГ“ кое е регистрирано во меѓународната база на трудови ЕБСКО.



# ГЛОБАЛНИ ТРЕНДОВИ ВО 2021 ГОДИНА

## ISCMMA'21 • ISCMMA@MSU.EDU.MK

### КОТИЗАЦИЈА

Поради посебните услови во кои се реализира конференцијата во оваа 2021 година котизацијата за учество на конференцијата со Научен труд изнесува 50 ЕВРА или 3.100,00 денари за секој труд, самостоен или изработен во коавторство (најмногу до три автори). Рокови за плаќање:

- Со доставувањето на апстрактот,
- До 20 Април 2021 година,
- На самата конференција.

### Попусти

- Студенти на трет циклус - докторски - студии плаќаат 20 ЕВРА или 1.300,00 денари за учество со научен труд,
- Студенти на втор циклус - магистерски - студии плаќаат 15 ЕВРА или 900,00 денари за учество со научен труд,

### Дополнителни попусти

- За уплати по испратен апстракт се плаќаат 40 ЕВРА или 2.400,00 денари за труд.
- Постојаните членови на Македонското здружение за маркетинг со платена редовна членарина од 15 ЕВРА или 900,00, учествуваат без надомест.
- Членовите на Македонското здружение за маркетинг од странство со платена редовна членарина од 20 ЕВРА, или 1.300,00 денари учествуваат без надомест.
- Членарината се плаќа најдоцна до 29 април 2021 година.
- Професори и асистенти од универзитетите во земјата кои не се членови на Македонското здружение за маркетинг 15 ЕВРА или 900,00 денари.

### Сметки за плаќање

#### Денарска сметка

Назив на примачот:  
МЗМ-МАРКЕТИНГ Скопје  
Банка на примачот:  
Комерцијална банка А.Д. Скопје  
Сметка:  
300000003033808  
Даночен број:  
4030999357963

#### Девизна сметка

BENEFICIARY:  
MZM- MARKETING Skopje  
Address: Ul. Marshal Tito br.43/2-14  
Acc. No. : 0270100314379  
IBAN: MK07300701003143737

BENEFICIARY'S BANK:  
Komerцијална банка AD Skopje  
UL. Orce Nikolov broj 3, 1000 Skopje  
BIC/SWIFT CODE: KOBSMK2X



### Мисија

Пандемијата КОВИД-19 ги уништи поимите за нормалност со што го принудува светот да ги преиспита патиштата за движењето напред. Мисијата на конференцијата е да се поттикнат научните и истражувачките работници, како и бизнис практичарите од нашата земја и од странство земји да ги разменат нивните најнови сознанија и практични искуства во врска со изнаоѓањето начини да се одговори на кризата, да се разбере како луѓето подобро да се справат со овој историски период на неизвесност - и како човечките решенија да бидат дел од која било идна развојна патека на економските, политичките, културните, социјалните и другите текови во општеството и да се обезбеди раст и развој во нови услови на работење.

### Цели

Целите на конференцијата да се насочени кон научно разгледување на најновите глобални трендови во 2021 кои се очекува да влијаат на економскиот развој, водењето на бизнис активностите на компаниите за да се дојде до изнаоѓање на нови инвентивни решенија за подобар и поприватлив начин на живеење и работење.

### Теми

Глобалните трендови во 2021 година треба да го покажат патот како на најдобар можен начин да се дојде до остварување на економски и општествен развој преку надминување на КОВИД 19 кризата и обезбедување нова нормална состојба со примена на нови маркетинг пристапи во работењето, технолошки развој и поразвиена информатичка технологија, унапресена здравствена и социјална заштита, соодветна правна регулатива и безбедност. На конференцијата ќе се разработат следниве теми:

- Маркетинг пост КОВИД-19,
- Трендови во социјалниот маркетинг,
- Технолошки трендови,
- Циркуларна економија,
- Информатичка технологија,
- Глобални трендови за транспортот, туризмот и угостителството
- Трендови кај социјалните медиуми,
- Трендови во здравствената заштита и социјалната заштита на населението,
- Промовирање на социјално дистанцирање при работа,
- Трендови во културата,
- Трендови во правосудството,
- Безбедносните аспекти на развојот.



## НАСОКИ ЗА ИЗРАБОТКА НА ТРУДОВИТЕ

### 1. Стандарди за изработка на трудовите

Трудот треба да биде изработен во согласност со упатството дефинирано од организаторот на конференцијата, односно да содржи:

- апстракт и клучни зборови на англиски (ако трудот е напишан на англиски јазик) или на македонски, односно српски и англиски јазик (ако трудот е напишан на македонски, односно српски јазик);
- содржина односно дискусија;
- заклучок на англиски (ако трудот е напишан на англиски јазик) или на македонски, односно српски и англиски јазик (ако трудот е напишан на македонски, односно српски јазик); и
- користена литература (библиографија).

Апстрактот треба да содржи најмногу до 300 зборови и 5-7 клучни зборови.

Трудот, вклучувајќи ги и табелите и графичките прилози, треба да биде распореден на најмногу 12 страници и истиот треба да биде изработен во:

- Microsoft Office – Word 2010;
- напишан со фонт Times New Roman, големина на фонтот 11;
- фусноти да се напишани со фонт Times New Roman, големина на фонтот 9;
- проред 1,5;
- големина на страницата – Custom size (Width: 16,5, Height: 24), и Top: 2,5 cm; името на авторот, институцијата и земјата се пишуваат во горниот десен агол од првата страна на трудот;
- насловот на трудот е на првата страна под името на авторот, центриран и напишан со големина на фонт 14 и bold;
- апстрактот и клучните зборови се додаваат веднаш по насловот на трудот и се напишани со italic, фонт 11;
- текстот на трудот доаѓа во нивно продолжение.

Табелите се прикажуваат во текстот или на посебна страна на крај од трудот. Над табелата се наведува ознаката: Табела, редниот број на табелата според редоследот на табелите во трудот и краток информативен наслов (на пример):



Табела 1: Стапки на раст на реалниот БДП во Македонија

|  |  |  |  |
|--|--|--|--|
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

Извор: изворот со фонт 10, од десната страна на долниот дел на табелата.

Графичките прилози се прикажуваат во текстот или на посебна страна на крајот на трудот. Над графичкиот прилог се наведува ознаката Графикон, реден број на графиконот според редоследот во трудот и краток информативен наслов (на пр. Графикон 1: БДП според производствениот метод).

Под графиконот се наведува изворот со фонт 10, од десната страна на долниот дел на графиконот.

Публикувани ќе бидат само трудовите што се изработени согласно со упатствата на организаторот.

## 2. Цитирање на литературата

Користената литература се цитира, користејќи го харвадскиот стил. За начинот на наведување на изворите во Користената литература (библиографија) можете да ги користите следниве примери:

1. Bruyere, R.: Credit Derivate and Structured Credit: A Guide for Investors. New Jersey: John Wiley & Sons. 2006.
2. European Investment Bank: EIB Steps Up and Diversifies its Financing in the Western Balkans: EUR 320 million in 2001. Luxemburg: EIB: Annual Press Conference, 2002. No.8.
3. EC: White paper: European transport policy for 2010: time to decide. Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities, 2001.
4. <http://www.stat.gov.mk> (20 Dec. 2011)

Доколку цитираните референци имаат три или повеќе автори, во текстот се наведува презимето на првиот автор и кратенката „и др.“ (et.al.).

## Организационен одбор

- проф. д-р Алекса СТАМЕНКОВСКИ, Македонско здружение за маркетинг „Маркетинг“ Скопје,
- проф. д-р Ленче ПЕТРЕСКА, Меѓународен Славјански Универзитет „Г. Р. Державин“ – Свети Николе
- проф. д-р Ристе ТЕМЈАНОВСКИ, Економски факултет, Универзитет Гоце Делчев Штип, Република Македонија,
- проф. д-р Атанас КОЗАРЕВ, Асоцијација за корпоративна безбедност, владеење на право и човекови права
- Prof., Dr. Galina V. ASTRATOVA, The Ural State University of Economics (USUE) – Russian Federation
- Prof. Dragan KOLEV, PhD, Pan-European University „Apeiron“, Banja Luka, Босна и Херцеговина
- Проф. др Ванче БОЈКОВ, Универзитет у Нишу, Електронски факултет, Србија
- Prof. P. Sergius KOKU, PhD, Florida Atlantic University, Boca Raton, Florida - U.S.A
- Prof. Dr. Izet ZEQRIRI, South East European University, Тетово, Македонија
- Sami KAJALO, PhD, Senior Lecturer, Aalto University Business School – Finland
- Вонр. Проф. д-р Билјана ПЕТРОВСКА, Ветеринарен факултет, Универзитет “Св. Климент Охридски” – Битола
- Катарина РАДЛОВАЧКИ, Факултет за примењени менаџмент, економију и финансије, Србија
- проф. д-р Божо МИХАИЛОВИЌ, Економски факултет Подгорица, Универзитет Црне Горе, Република Црна Гора
- проф. д-р Љиљана СТАНКОВИЌ, Економски факултет, Универзитет у Нишу, Република Србија
- проф. д-р Ненад БРКИЌ, Економски факултет у Сарајеву, Република Босна и Херцеговина,
- Проф. д-р Елена СТАВРОВА, Стопански факултет - Југозападен универзитет Неофит Рилски - Благоевград, Република Бугарија
- проф. д-р Динка ЗЛАТЕВА, Стопански факултет - Југозападен универзитет Неофит Рилски - Благоевград, Република Бугарија,
- М-р Сашо НЕФОВСКИ, WEB Организационен секретар
- м-р Божин ПЕТРЕВСКИ, Организационен секретар,
- м-р Мимоза СТАМЕНКОВСКА, Административен секретар

Македонско здружение за  
маркетинг **МАРКЕТИНГ**  
**ПРЕТСЕДАТЕЛ**  
проф. д-р Алекса Стаменковски

