Прилог бр.3	Предметна програма од прв циклус на студии				
1.	Наслов на наставниот предмет	**ОДНЕСУВАЊЕ НА ПОТРОШУВАЧИТЕ**			
2.	Код	**ФЗНХ 86**			
3.	Студиска програма	**Производство и преработка на земјоделски производи и храна**			
4.	Организатор на студиската програма (единица, односно институт, катедра, оддел)	**Факултет за земјоделски науки и храна-Скопје**			
5.	Степен (прв, втор, трет циклус)	**Прв циклус студии**			
6.	Академска година/семестар	**Четврта година; VIII семестар**	7.	Број на ЕКТС кредити	**6**
8.	Наставник	**Проф. д-р Ненад Георгиев** **Проф. д-р Марина Нацка**			
9.	Предуслови за запишување на предметот	**Претходни општи предзнаења од Маркетинг на земјоделски производи или Основи на агромаркетинг**			
10.	**Цели на предметната програма (компетенции):**				

	Студентите ќе се здобијат со знаење за теориите за побарувачка и однесувањето на потрошувачите, како и факторите кои влијаат во донесувањето на одлуки од страна на потрошувачите. Дополнително, студентите ќе се стекнат со вештини за истражување на однесувањето на потрошувачите преку практична настава во лабораторијата за бихејвиористичка и екпериментална економија на ФЗНХ.					
11.	**Содржина на предметната програма:** Вовед во однесување на потрошувачите; Теории на побарувачка; Теорија на однесувањето на потрошувачите; Ставови и однесување на потрошувачите, Донесување одлуки од страна на потрошувачите; Мотивација и емоции, Разбирање, меморија и когнитивно учење; Индивидуални детерминанти на однесувањето на потрошувачите; Влијание на опкружувањето врз однесувањето на потрошувачите; Разбирање на потрошувачите и пазарните сегменти; Истражување на однесувањето на потршувачите; Примена на бихејвиристичка и екпериметнална економија во истражувањата на однесувањето на потршувачите.					
12.	**Методи на учење:** • Теоретската настава се реализира со: класични предавања, дискусии, симулации, изучување на практични случаи, изработка на индивидуални и групни семинарски задачи. • Практичната работа се реализира со обработка на одделни поглавја од теоретската настава, преку анализа на пазар, студии на случај, презентација од страна на студентите, покана на гостин предавач и практична настава на студентите во лабораторија за бихејвиористичка и екпериментална економија на ФЗНХ.					
13.	Вкупен расположлив фонд на време			**6 ЕКТС x 30 часови = 180 часови**		
14.	Распределба на расположливото време			**45+30+30+75 = 180 часови (15.1+15.2+16.1+16.2+16.3)**		
15.	Форми на наставните активности	15.1	Предавања – теоретска настава	**45**	часови	
		15.2	Вежби (лабораториски, аудиториски, теренски), консултации, семинари, тимска работа	**30**	часови	
16.	Други форми на активности	16.1	Проектни задачи	**20**	часови	
		16.2	Самостојни задачи	**20**	часови	
		16.3	Домашно учење	**65**	часови	
17.	Начин на оценување					
	17.1	Тестови		**60**	бодови	
	17.2	Семинарска работа/проект (презентација: писмена и усна)		**10**	бодови	
	17.3	Активност и учество		**30**	бодови	
18.	Критериуми за оценување (бодови/оценка)			**до 50 бода**	**5**	**(пет) (F)**
				од 51 бода до 60 бода	**6**	**(шест) (E)**
				од 61 бода до 70 бода	**7**	**(седум) (D)**
				од 71 бода до 80 бода	**8**	**(осум) (C)**
				од 81 бода до 90 бода	**9**	**(девет) (B)**
				од 91 бода до 100 бода	**10**	**(десет) (A)**
19.	Услов за потпис и полагање на завршен испит			Задолжително присуство на предавања и вежби, изработена индивидуална проектна задача		
20.	Јазик на кој се изведува наставата			**Македонски**		
21.	Метод на следење на квалитетот на наставата			**Анонимна анкета на студентите**		
22.	Литература					

22.1	Задолжителна литература				
	Ред. број	**Автор**	**Наслов**	**Издавач**	**Година**
	1.	Георгиев, Н., Нацка, М.	Однесување на потрошувачите, скрипта	ФЗНХ - Скопје	2023
	2.	Блеквел Р., Минијард П., Енгел Ц.	Однесување на потрошувачите	Thomson-South-Western	2010
	3.	Питер Ц. П., Олсон Ц,	Однесување на потрошувачите и маркетинг стратегии	McGraw-Hill	2009
22.2	Дополнителна литература				

		Ред. број	Автор	Наслов	Издавач	Година
		1.	Loudon D., Della Bitta A.	Consumer Behavior, Concept and application	McGraw-Hill	1988