1.	**Наслов на наставниот предмет**	**Предметна програма од прв циклус студии Однесување на потрошувачите**			
2.	**Код**	**МКТ 220**			
3.	Студиска програма	Маркетинг			
4.	Организатор на студиската програма (единица, односно институт, катедра, оддел)	Универзитет „Св Кирил и Методиј“ во Скопје Економски факултет - Скопје			
5.	Степен (прв, втор, трет циклус)	Прв			
6.	Академска година/семестар	Втора година/ трети семестар	7.	Број на ЕКТС-кредити	7,5
8.	Наставник	Проф. д-р Снежана Ристевска-Јовановска			
9.	Предуслови за запишување на предметот	Нема			
10.	Цели на предметната програма (компетенции): По завршувањето на наставата и положувањето на овој предмет, студентите треба да бидат способни: • Да ги идентификуваат различните аспекти и фактори кои влијаат врз однесувањето на потрошувачите преку анализа на изложената материја • Правилно да ги интерпретираат фазите во процесот на донесување на одлука за купување при изработката на маркетинг стратегија • Да ја познаваат домашната и регулативата на ЕУ во подрачјето на заштита на потрошувачите преку анализа на материјата и друга релевантна литература				
11.	Содржина на предметната програма: Намерата на наставата по предметот е да им помогне на студентите во разбирањето на значењето, суштината и функционирањето на однесувањето на потрошувачите. Оваа материја во теоријата на маркетингот спаѓа во доменот на најсуптилните прашања, бидејќи од особена важност за секој стопански субјект претставува познавањето на аспектите на однесувањето на потрошувачите кои особено доаѓаат до израз преку индивидуалноста на човекот во процесот на донесување одлука за купување, како и неможноста да се согледаат внатрешните мотиви и психичките елементи кои на определен начин имаат влијание врз карактерот на одлуката. 1. Однесување на потрошувачите и маркетингот 2. Типови на потрошувачи и препознавање на потребите 3. Истражувачки методи за анализа на потрошувачкото однесување 4. Психолошки фактори на потрошувачка 5. Социолошки фактори на потрошувачка 6. Преткуповно оценување и купување 7. Потрошувачка, посткуповно однесување и дивестирање			
12.	Методи на учење: Предавања со презентации, интерактивни предавања, тимска работа, гостин на предавања, студии на случај, изработка и презентација на проектна задача,				
13.	Вкупен расположлив фонд на време	7.5 ЕКТС x 30 часови=225 часови			
14.	Распределба на расположливо време	60+30+30+15+90 =225 часови			
15.	Форми на наставните активности	15.1.	Предавања-теоретска настава	60 часови	
		15.2.	Вежби (лабораториски, аудиториски), семинари, тимска работа	30 часови	

16.	Други форми на активности	16.1.	Семинарски/стручен труд/проект/истражување (презентација писмена и усна)	30 часови
		16.2.	Самостојни задачи	15 часови
		16.3.	Домашно учење	90 часови
17.	Начин на оценување	60+30+10 = 100 бода		
	17.1.	Тестови		60 бодови
	17.2.	Семинарска работа/проект (презентација:писмена и усна), лабораториски вежби		30 бодови
	17.3.	Активност и учество		10 бодови
18.	Критериуми за оценување (бодови/оценка)	до 50 бода		5 (пет) (F)
		од 51 до 60 бода		6 (шест) (E)
		од 61 до 70 бода		7 (седум) (D)
		од 71 до 80 бода		8 (осум) (C)
		од 81 до 90 бода		9 (девет) (B)
		од 91 до 100 бода		10 (десет) (A)
19.	Услов за потпис и полагање на завршен испит	Реализирани активности		
20.	Јазик на кој се изведува наставата	Македонски јазик		
21.	Метод на следење на квалитетот на наставата	интерна евалуација и анкета		

22. ЛИТЕРАТУРА

22.1. Задолжителна литература

Реден број	Автор	Наслов	Издавач	Година
1.	Снежана Ристевска-Јовановска	Однесување на потрошувачите	Скопје	2013
2.	Blackwell,R.D, Miniard, P.W., Engel, J.F.	Однесување на потрошувачите	South-Western College Pub (превод од Влада, Скопје: Табернакул)	2005

22.2. Дополнителна литература

Реден број	Автор	Наслов	Издавач	Година
1	Снежана Ристевска-Јовановска, Бошко Јаќовски	Однесување на потрошувачите	Економски факултет-Скопје	2004
2.	Shiffman, L.G., Kanuk, L.L.	Consumer Behavior	Prentice Hall	2007