

1.	Наставен предмет	ОДНЕСУВАЊЕ НА ПОТРОШУВАЧИТЕ И ИСТРАЖУВАЊЕ НА ПАЗАР		
2.	Шифра	2M35IDM07		
3.	Студиска програма	ИНДУСТРИСКИ ДИЗАЈН И МАРКЕТИНГ		
4.	Семестар (изборност)	Летен (XII)		
5.	Цели на предмет	<p>- Да ги осознаат потрошувачите и нивното однесување кон кои е насочена понудата на претпријатието</p> <p>- Познавање на аспектите и факторите кои влијаат врз однесувањето на потрошувачите</p> <p>- Правилно користење на резултатите од истражувањето на однесувањето на потрошувачите</p> <p>- Осознавање на фазите на процесот на донесување на одлука за купување заради ефикасно комбинирање на инструментите на маркетинг-миксот</p> <p>- Запознавање на правата на потрошувачите и конзументизмот како движење за заштита на потрошувачите.</p>		
6.	Оспособен за (компетенции)	Да бидат способни да ја применат маркетинг концепцијата во работењето на претпријатијата како и да донесуваат правилни маркетиншки одлуки базирани на претходно извршено маркетинг истражување.		
7.	Услов за запишување на предметот			
8.	Основна литература (до 3 наслови)	<p>Проф. д-р Снежана Ристевска-Јовановска, проф. д-р Бошко Јаковски, <i>Однесување на потрошувачите</i>, второ дополнето и изменето издание, Економски факултет, Скопје, 2004</p> <p>Проф. д-р Снежана Ристевска-Јовановска, проф. д-р Бошко Јаковски, <i>Основи на маркетинг</i>, осмо дополнето и изменето издание, Економски факултет, Скопје, 2007</p> <p>Blackwell R., Miriand P., Engel J.: <i>Consumer Behavior</i>, 10/E, Tomson South-Western, 2006</p>		
9.	Број на кредити:	6		
10.	Вкупен расположив фонд на време	6 ECTS x 30 саати = 180 саати		
11.	Распределба на расположивото време	30 + 7 + 23 + 90 + 4 + 28 = 180 саати		
	11.1.	П -	Предавања - теоретска настава (15 недели по 2 саати)	30 саати
	11.2.	ПА, СР, ДЗ -	Проектни активности; семинарски работи; домашни задачи	86 саати
	11.3.	СУ -	Самостојно учење	60 саати
	11.4.	ТПЗ -	Проверка на знаење со тестови	4 саати
12.	Оценување	10 + 80 + 10 = 100 бода		
	12.1.	1 тест до 50 бода		50 бода
	12.2.	ПА, СР, ДЗ		50 бода
		Оценки:		
		од 50 до 60 бода		6 (шест)

		<i>од 61 до 70 бода</i>	<i>7 (седум)</i>
		<i>од 71 до 80 бода</i>	<i>8 (осум)</i>
		<i>од 81 до 90 бода</i>	<i>9 (девет)</i>
		<i>над 90 бода</i>	<i>10 (десет)</i>
13.	Услов за потпис и формален испит	<i>Реализирани активности 11.2</i>	

ПЛАНИРАЊЕ АКТИВНОСТИ ЗА НАСТАВНИОТ ПРЕДМЕТ **ОДНЕСУВАЊЕ НА ПОТРОШУВАЧИТЕ И ИСТРАЖУВАЊЕ НА ПАЗАР**

Предавања	
Саати	Тема
2	Основни поими за однесувањето на потрошувачите - потрошувач - купувач - корисник Типови на однесување на потрошувачите во процесот на купување Сатисфакција, вредност и задржување на потрошувачите
2	Однесување на потрошувачите и маркетингот Влијанието на пазарот и неговата структура врз однесувањето на потрошувачите Потреби - мотиви и однесување на потрошувачите Потрошувачката и однесувањето на потрошувачите
2	Пазарот и неговите димензии Пазар за лична потрошувачка и однесување на купувачите Пазар за производно-услужна потрошувачка и процес на купување
2	Маркетинг истражување и маркетинг информативен систем Истражување на маркетингот и истражување на пазарот Содржина на информациите и утврдување на нивната вредност Маркетинг информативен систем
2	Процес на маркетинг истражување Изработка на проект за истражување на пазарот Извори на податоци во истражувањето на пазарот
2	Дизајнирање на истражувањето Големина на примерокот Видови примероци Методи за прибирање на податоци Историски метод Метод на набљудување
2	Метод на испитување Метод на експеримент Други постапки во маркетинг истражувањето Предвидување на побарувачката и продажбата
2	Сегментирање на пазарот Таргетирање на пазарот Позиционирање на пазарот
2	Различни аспекти и фактори на однесување на потрошувачите Економски аспекти на однесувањето на потрошувачите Економски фактори на потрошувачка Социолошки аспекти на однесување на потрошувачите Социолошки фактори на потрошувачка

2	Психолошки аспекти на однесувањето на потрошувачите Психолошки фактори на потрошувачката Демографски фактори на потрошувачка
2	Процес на донесување одлука за купување на пазарот за лична потрошувачка Фази на процесот на донесување одлука за купување Настанување на потребата Прибирање на информации
2	Обработка на информациите Избор и купување Процес на донесување на одлука за купување на нови производи
2	Видови на процесот на одлучување Процес на донесување на одлука за купување на пазарот за производно-услужна потрошувачка Однесувањето на потрошувачите и современата технологија - интернет
2	Модели кои го објаснуваат однесувањето на потрошувачите на пазарот за лична потрошувачка Модели кои го објаснуваат однесувањето на потрошувачите на пазарот за производно-услужна потрошувачка
2	Заштита на потрошувачите во земјите членки на ЕУ Заштита на потрошувачите во Р.Македонија
	<i>Тест за проверка на знаењата</i>
30	

Проактна активност, семинарски работи, домашни задачи		
	Тема	Активност
1	Сатисфакција, вредност и задржување на потрошувачите	
2	Изработка на проект за истражување на пазарот	
3	Сегментирање на пазарот	
4	Процес на донесување одлука за купување	
5	Аспекти и фактори на однесување на потрошувачите	
6	Заштита на потрошувачите во земјите членки на ЕУ	