

Врз основа на член 55 став 1 од Законот за организација и работа на органите на државната управа (“Службен весник на Република Македонија“ број 58/00, 44/02, 82/08, 167/10 и 51/11), член 21 став 2 и член 22 став 2 од Законот за средното образование (“Службен весник на Република Македонија“ број 44/95, 24/96, 34/96, 35/97, 82/99, 29/02, 40/03, 42/03, 67/04, 55/05, 113/05, 35/06, 30/07, 49/07, 81/08, 92/08, 33/10, 116/10, 156/10, 18/11, 51/11, 6/12 и 100/12) и член 7 алинеја 5 од Законот за стручно образование и обука (“Службен весник на Република Македонија“ број 71/06, 117/08, 148/09 и 17/11), министерот за образование и наука донесе наставна програма по **агромаркетинг – изборна програма за IV година земјоделско-ветеринарна струка – образовен профил техничар за агроменаџмент за учениците во средното стручно образование.**

**МИНИСТЕРСТВО ЗА ОБРАЗОВАНИЕ И НАУКА  
ЦЕНТАР ЗА СТРУЧНО ОБРАЗОВАНИЕ И ОБУКА**

**НАСТАВНА ПРОГРАМА**

# **АГРОМАРКЕТИНГ**

**- ИЗБОРНА -**

**IV ГОДИНА**

**ЗЕМЈОДЕЛСКО-ВЕТЕРИНАРНА СТРУКА**

*Техничар за агроменаџмент*



**Скопје, 2012 година**

## **1. ИДЕНТИФИКАЦИСКИ ПОДАТОЦИ**

**1.1. Назив на наставниот предмет:** АГРОМАРКЕТИНГ

**1.2. Образовен профил и струка**

1.2.1. Образовен профил: техничар за агроменаџмент

1.2.2. Струка: земјоделско-ветеринарна

**1.3. Диференцијација на наставниот предмет**

1.3.1. Стручно образование: предмет карактеристичен за образовниот профил

**1.4. Година на изучување на наставниот предмет**

1.4.1. Четврта година

**1.5. Број на часови на наставниот предмет**

1.5.1. Број на часови неделно: 2 часа

1.5.2. Број на часови годишно: 66 часа

**1.6. Статус на наставниот предмет**

1.6.1. Изборен предмет

## 2. ЦЕЛИ НА НАСТАВНИОТ ПРЕДМЕТ

По совладувањето на наставната програма по предметот **агрмаркетинг – изборна програма**, ученикот стекнува знаења и вештини и се оспособува:

- да ја познава теоријата на прометот на земјоделски производи;
- да ја сфаќа улогата на трговијата во прометот со земјоделски производи;
- да ги познава трошоците на промет со земјоделски производи;
- да ја објаснува организацијата и механизмите на пазарот и прометот на земјоделските производи;
- да ја познава улогата на специјализираните претпријатија за трговски услуги со земјоделски производи;
- да ги разликува пазарните институции во прометот;
- да го толкува влијанието на пазарните институции во прометот;
- да ги разликува мерките и средствата за рационализација на прометот на земјоделските производи;
- да ги објаснува мерките и средствата за подобрување на пазарните односи и прометот со земјоделски производи;
- да го истакнува значењето на мерките за контрола на пазарот и прометот;
- да ја сфаќа улогата на меѓународните економски групации.

## 3. ПОТРЕБНИ ПРЕТХОДНИ ЗНАЕЊА

За совладување на содржините по предметот **агрмаркетинг – изборна програма** потребно е учениците да поседуваат одредени предзнаења од предметите од трета година: *агрмаркетинг, агроменаџмент, трошоци и калкулации, технолохии во растително производство и технологии во сточарско производство.*

## 4. ОБРАЗОВЕН ПРОЦЕС

### 4.1. Структурирање на содржините за учење

Тематска целина	Број на часови	Конкретни цели	Дидактички насоки	Корелација меѓу тематските целини и меѓу предметите
<b>1. ТЕОРИЈА НА ПРОМЕТОТ НА ЗЕМЈОДЕЛСКИ ПРОИЗВОДИ</b>	<b>18</b>	<b>Ученикот:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- да го сфаќа значењето на прометот на земјоделските производи;</li> <li>- да ги наведува чинителите на прометот;</li> <li>- да ја истакнува улогата на факторите на промет на земјоделските производи;</li> <li>- да ги наведува карактеристиките на прометот;</li> <li>- да ги разликува видовите на промет;</li> <li>- да ја објаснува теоремата на „пајакова мрежа“;</li> <li>- да ја објаснува улогата на трговијата во прометот на земјоделски производи;</li> <li>- да ја наведува поделбата на трговијата;</li> <li>- да ги истакнува основните карактеристики на трговијата;</li> <li>- да го истакнува значењето на трговскиот и платниот биланс;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Запознавање со теоријата на промет на земјоделските производи;</li> <li>- објаснување за чинителите, факторите и карактеристиките на прометот на земјоделските производи;</li> <li>- презентирање на теоремата на „пајакова мрежа“;</li> <li>- истакнување на улогата на трговијата во прометот на земјоделски производи;</li> <li>- споредување на карактеристиките на различни видови на трошоци на промет;</li> <li>- менторирање на активности при изработка на проекти од</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Агромаркетинг;</li> <li>- Агроменаџмент;</li> <li>- Бизнес;</li> <li>- Сметководство на фарма;</li> <li>- Економика на земјоделство;</li> <li>- Управување со квалитет;</li> <li>- Практична настава.</li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>- да ги наведува трошоците на промет;</li> <li>- да ја наведува поделбата на трошоците на промет;</li> <li>- да ги разликува чистите од дополнителните трошоци на промет;</li> <li>- да ги истакнува посебните трошоци;</li> <li>- да ги набројува останатите трошоци во прометот.</li> </ul>	<p>темата теорија на промет на земјоделски производи.</p>	
<p><b>2. МЕХАНИЗАМ И ОРГАНИЗАЦИЈА НА ПАЗАРОТ И ПРОМЕТОТ НА ЗЕМЈОДЕЛСКИ ПРОИЗВОДИ</b></p>	<p><b>14</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Да ја објаснува организацијата на пазарот и прометот на земјоделските производи;</li> <li>- да ги наведува механизмите на пазарот и прометот на земјоделските производи;</li> <li>- да ја истакнува улогата на откупната трговска мрежа;</li> <li>- да ги споредува карактеристиките на трговијата на големо со карактеристиките на трговијата на мало со земјоделски производи;</li> <li>- да ги објаснува современите движења во трговијата на земјоделските производи;</li> <li>- да ја сфаќа улогата на специјализираните претпријатија за трговски услуги со земјоделски производи;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Запознавање со карактеристиките и специфичностите на организацијата на пазарот и прометот на земјоделските производи;</li> <li>- објаснување на механизмите на пазарот и прометот на земјоделските производи;</li> <li>- споредба на улогите на откупната трговска мрежа, трговијата на големо со земјоделски производи, трговијата на мало со земјоделски производи;</li> <li>- запознавање со</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Агромаркетинг;</li> <li>- Агроменаџмент;</li> <li>- Бизнис;</li> <li>- Сметководство на фарма;</li> <li>- Економика на земјоделство;</li> <li>- Управување со квалитет;</li> <li>- Практична настава.</li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>- да ја истакнува улогата на транспортните (шпедиторски) претпријатија;</li> <li>- да ги познава основните карактеристики на складишните претпријатија;</li> <li>- да го истакнува значењето на трговската агенции и бироа;</li> <li>- да ги наведува карактеристиките на застапништвата;</li> <li>- да ја познава улогата на царинските посреднички претпријатија;</li> <li>- да ја сфаќа важноста на службите за контрола на квалитетот и квантитетот;</li> <li>- да ги познава останатите претпријатија за вршење на услуги во прометот.</li> </ul>	<p>специјализираните претпријатија за трговски услуги со земјоделски производи;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- презентирање на механизмите на пазарот и прометот на земјоделските производи и специјализираните претпријатија за трговски услуги со земјоделски производи;</li> <li>- изработка на проекти од темата механизам и организација на пазарот и прометот на земјоделските производи.</li> </ul>	
<b>3. ПАЗАРНИ ИНСТИТУЦИИ ВО ПРОМЕТОТ СО ЗЕМЈОДЕЛСКИ ПРОИЗВОДИ</b>	<b>12</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Да ги познава пазарните институции вклучени во прометот на земјоделските производи;</li> <li>- да ги наведува карактеристиките на берзите на земјоделските производи;</li> <li>- да ја истакнува улогата на саемите во прометот со земјоделски производи;</li> <li>- да ги наведува карактеристиките на стопанските изложби и салоните на земјоделски производи;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Запознавање со пазарните институции вклучени во прометот на земјоделските производи;</li> <li>- објаснување на механизмите на пазарот и прометот на земјоделските производи;</li> <li>- споредба на улогите на пазарните институции вклучени во прометот на</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Агромаркетинг;</li> <li>- Агроменаџмент;</li> <li>- Бизнис;</li> <li>- Сметководство на фарма;</li> <li>- Економика на земјоделство;</li> <li>- Управување со квалитет;</li> <li>- Практична настава.</li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>- да ја објаснува улогата на пазарниците на големо и мало;</li> <li>- да ја истакнува улогата на аукциите на земјоделски производи;</li> <li>- да ги наведува основните карактеристики на државните резерви;</li> <li>- да ја истакнува улогата на агроиндустријата во функција на пазарот;</li> <li>- да ги истакнува карактеристиките на моделот на механизмот на промет.</li> </ul>	<p>земјоделските производи;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- практичен приказ на пазарните институции вклучени во прометот на земјоделските производи;</li> <li>- изработка на проекти од темата пазарни институции вклучени во прометот на земјоделските производи.</li> </ul>	
<b>4. МЕРКИ И СРЕДСТВА ЗА ПОДОБРУВАЊЕ НА ПАЗАРНИТЕ ОДНОСИ</b>	<b>16</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Да ги истакнува мерките и средствата за рационализација на прометот на земјоделските производи;</li> <li>- да ги познава мерките и средствата за подобрување на пазарните односи и прометот со земјоделски производи;</li> <li>- да ги наведува карактеристиките на прописите за заштита на квалитетот;</li> <li>- да го објаснува начинот на одбележување на земјоделските производи во прометот;</li> <li>- да го истакнува значењето на здравствената испаравност на земјоделски производи;</li> <li>- да ја сфаќа важноста за</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Запознавање со мерките и средствата за рационализација на прометот на земјоделските производи;</li> <li>- објаснување на улогата на мерките и средствата за подобрување на пазарните односи и прометот со земјоделски производи;</li> <li>- споредување на мерките и средствата за подобрување на пазарните односи и прометот со земјоделски производи;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Агромаркетинг;</li> <li>- Агроменаџмент;</li> <li>- Бизнис;</li> <li>- Сметководство на фарма;</li> <li>- Економика на земјоделство;</li> <li>- Управување со квалитет;</li> <li>- Практична настава.</li> </ul>



		<p>заштитата на интересите на учесниците во прометот со земјоделски производи;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- да ги познава мерките за контрола на пазарот и прометот;</li> <li>- да ги објаснува мерките за регулација и интервенција на пазарот;</li> <li>- да ја истакнува улогата на мерките за ограничување на пазарот и прометот на земјоделски производи;</li> <li>- да ги објаснува мерките за ограничување на пазарните односи и стоковиот промет;</li> <li>- да ја истакнува улогата на мерките за спречување на нарушувањето на единството на пазарот;</li> <li>- да ги објаснува мерките за спречување на нелојалната конкуренција;</li> <li>- да ги објаснува мерките за спречување на монополското договарање;</li> <li>- да ги објаснува мерките за ограничување на трошоците во прометот;</li> <li>- да ги наведува останатите мерки за ограничување на пазарот и прометот.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- презентирање на мерките и средствата за подобрување на пазарните односи и прометот со земјоделски производи;</li> <li>- изработка на проекти од темата мерки и средства за подобрување на пазарните односи и прометот со земјоделски производи.</li> </ul>	
--	--	--	---	--

<b>5. МЕЃУНАРОДНИ ЕКОНОМСКИ ГРУПАЦИИ</b>	<b>6</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Да ги познава меѓународните економски групации;</li> <li>- да ги објаснува основните карактеристики на организациите кои се однесуваат на производство и промет на земјоделски производи при Обединетите нации;</li> <li>- да ги наведува основните карактеристики на меѓународните регионални стопански групации;</li> <li>- да ја познава улогата на меѓународните професионални (стручни) институции;</li> <li>- да ја сфаќа улогата на меѓународните земјоделски организации и установи.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Запознавање на учениците со меѓународните економски групации;</li> <li>- објаснување на улогата на меѓународните економски групации;</li> <li>- споредување на карактеристиките на меѓународните економски групации;</li> <li>- презентирање на меѓународните економски групации;</li> <li>- изработка на проекти од темата меѓународни економски групации.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Агрмаркетинг;</li> <li>- Агроменаџмент;</li> <li>- Бизнис;</li> <li>- Сметководство на фарма;</li> <li>- Економика на земјоделство;</li> <li>- Управување со квалитет;</li> <li>- Практична настава.</li> </ul>
--	----------	--	---	--

## 4.2. Наставни методи и активности на учење

Програмските содржини по предметот **агромаркетинг – изборна програма** се одвиваат преку теоретска настава и практична работа. Теоретската настава се реализира со: предавања, дискусии, симулации, изучување на практични случаи и изработка на индивидуални задачи. Практичната работа се реализира со обработка на одделни поглавја од теоретската настава, преку студии на случај, презентации и изработка на проекти.

Во наставниот процес наставникот ја планира, организира и реализира својата воспитно-образовна работа, а притоа преку усни излагања, објаснувања, демонстрирања, проверувања и оценувања на постигнувањата на учениците, ги остварува целите на овој предмет, со што ги поттикнува учениците на когнитивно, психомоторно и афективно однесување.

## 4.3. Организација и реализација на наставниот предмет

Наставата по предметот **агромаркетинг – изборна програма** се спроведува преку предавања кои ќе се реализираат во училница и кабинети. Покрај предавањата, треба да се изведуваат вежби, практични работа на учениците преку студии на случај и презентации. Притоа, потребно е наставата да се реализира и преку ученички проекти.

## 4.4. Наставни средства и помагала

Во наставниот процес треба да се користат разновидни наставни средства и помагала: слики, цртежи, филмови, телевизиски снимки, графоскоп, материјали од Интернет, стручно-научни списанија, презентации и сл.

## 5. ОЦЕНУВАЊЕ НА ПОСТИГНУВАЊАТА НА УЧЕНИЦИТЕ

Следењето и оценувањето на постигнувањата на учениците треба да се врши плански, систематски и континуирано во текот на учебната година. Тоа се остварува во соработка со сите ученици преку разновидни форми и постапки: усни проверки, писмени задачи, тестови, проверки на домашните задачи, оценување на практичните способности и вештини на учениците при вршење на вежбите, преку изготвување писмени извештаи, концепти, ученички проекти и сл.

Во текот на учебната година, знаењата на ученикот се оценуваат најмалку двапати во едно полугодие, а се утврдуваат полугодишни и годишни оценки.

Доколку ученикот не постигне резултати во реализирањето на конкретните цели на програмата, се постапува согласно со законската регулатива за средно образование.

## 6. КАДРОВСКИ И МАТЕРИЈАЛНИ ПРЕДУСЛОВИ ЗА РЕАЛИЗАЦИЈА НА НАСТАВНАТА ПРОГРАМА

### 6.1. Основни карактеристики на наставниците

Наставникот по овој изборен предмет треба да поседува лични, професионални и педагошки карактеристики, да е психофизички здрав, да е комуникативен и отворен за соработка, да поседува високи етички вредности, да го применува литературниот јазик и писмото на кој се изведува наставата, да стекнал соодветно стручно образование, со и без работно искуство, да ја сака наставничката професија, да е добар организатор, креативен и способен за иновации во наставната технологија, да е оспособен за работа на компјутер и користење на аудио-визуелна опрема и постојано да се самообразува во струката и во педагошката област.

### 6.2. Стандард за наставен кадар

Наставата по наставниот предмет **агромаркетинг – изборна програма** ќе ја реализираат кадри со завршени студии по:

- земјоделство (сите насоки).

Наставниците треба да имаат педагошко-психолошка и методска подготовка и положен стручен испит, согласно со Законот за средно образование.

### 6.3. Стандард за простор

Соодветно на карактерот на програмските содржини и целите што треба да се постигнат со наставата по предметот **агромаркетинг – изборна програма**, наставата треба да се реализира во опремена училница со наставни средства, помагала и опрема согласно со нормативот.

## **7. ДАТУМ НА ИЗРАБОТКА НА НАСТАВНАТА ПРОГРАМА**

**7.1. Датум на изработка:** јули, 2012 година

**7.2. Состав на работната група за изработка на програмата:**

1. Бранко Алексовски, раководител на групата, советник во Центар за стручно образование и обука – Скопје;
2. Проф. д-р Ненад Георгиев, Факултет за земјоделски науки и храна - Скопје;
3. Игор Николов, дипл.инж.агр. наставник, СОУ „Кочо Рацин“ - Св. Николе
4. Моме Давидовски, дипл.инж.агр., „Агроконсалтинг Тим“ – Куманово

## **8. ПОЧЕТОК НА ПРИМЕНА НА НАСТАВНАТА ПРОГРАМА**

Датум на започнување: 01. 09. 2012 година

Одобрил:  
Зеќир Зеќири, директор

## 9. ПОТПИС И ДАТУМ НА ДОНЕСУВАЊЕ НА НАСТАВНАТА ПРОГРАМА

Наставната програма по *агромаркетинг – изборна програма* за **IV година** земјоделско-ветеринарна струка – образовен профил техничар за агроменаџмент за учениците во средното стручно образование, на предлог на Центарот за стручно образование и обука ја донесе **бр. 11-6024/4**

на ден, 03.10.2012  
Скопје

Министер,

---

м-р Панче Кралев