

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 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**

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. Задолжителен предмет

2. ЦЕЛИ НА НАСТАВНИОТ ПРЕДМЕТ

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

- да го познава маркетингот во меѓународниот промет со земјоделски производи;
- да го сфаќа значењето на управувањето со меѓународните маркетинг активности;
- да ги наведува карактеристиките на увозот и извозот на земјоделско – прехранбени производи во Република Македонија;
- да ги познава состојбите на меѓународниот пазар на индустриските производи и нивните преработки;
- да ги следи актуелните состојби на пазарот на индустриските производи и нивните преработки во Македонија;
- да ги објаснува состојбите на меѓународниот пазар на градинарските производи и нивните преработки;
- да ги следи актуелните состојби на пазарот на градинарските производи и нивните преработки во Македонија;
- да ги наведува специфичностите на меѓународниот пазар на овошните производи и грозјето и нивните преработки;
- да ги следи актуелните состојби на пазарот на овошните производи и грозјето и нивните преработки во Македонија.;
- да ги познава состојбите на меѓународниот пазар на производите од анимално потекло и нивните преработки;
- да ги следи актуелните состојби на пазарот на производите од анимално потекло и нивните преработки во Македонија;
- да ги познава состојбите на меѓународниот пазар на останатите производи и нивните преработки;
- да ги следи актуелните состојби на пазарот на останатите производи и нивните преработки во Македонија.

3. ПОТРЕБНИ ПРЕТХОДНИ ЗНАЕЊА

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

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
1. СВЕТСКИ ПАЗАР НА ЗЕМЈОДЕЛСКИ ПРОИЗВОДИ: - УВОЗ НА ЗЕМЈОДЛЕСКО - ПРЕХРАНБЕНИ ПРОИЗВОДИ - ИЗВОЗ НА ЗЕМЈОДЛЕСКО - ПРЕХРАНБЕНИ ПРОИЗВОДИ	10	<ul style="list-style-type: none">- Да ја сфаќа улогата на маркетингот во меѓународниот промет со земјоделски производи;- да прави разлика помеѓу меѓународен маркетинг и меѓународна размена;- да ги користи меѓународните маркетинг информации;- да ја познава политиката на меѓународниот маркетинг;- да го толкува управувањето со меѓународните маркетинг активности;- да го објаснува усогласувањето во комбинирањето на инструментите на маркетингот во извозот.	<ul style="list-style-type: none">- Водење насочена дискусија за улогата на маркетингот во меѓународниот промет со земјоделски производи;- презентирање на разликата помеѓу меѓународниот маркетинг и меѓународната размена;- објаснување на политиката на меѓународниот маркетинг и управувањето со меѓународните маркетинг активности;- запознавање на учениците со комбинирањето на инструментите на маркетингот во извозот.	<ul style="list-style-type: none">- Агроменаџмент;- Бизнис;- Сметководство на фарма;- Економика на земјоделството;- Практична настава.

2. РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА ВО НАДВОРЕШНО – ТРГОВСКА РАЗМЕНА СО ЗЕМЈОДЕЛСКО – ПРЕХРАНБЕНИ ПРОИЗВОДИ	4	<ul style="list-style-type: none"> - Да разликува извоз од увоз на земјоделско – прехранбени производи; - да ги познава индикаторите за извоз и увоз на земјоделско - прехранбени производи; - да ја толкува структурата на извозот и увозот по земји. 	<ul style="list-style-type: none"> - Водење насочена дискусија за карактеристиките на извозот и увозот на земјоделско – прехранбени производи; - презентирање на структурата на извозот и увозот по земји; - интернет истражување на индикаторите за извоз и увоз на земјоделско – прехранбени производи. 	<ul style="list-style-type: none"> - Агроменаџмент; - Бизнис; - Сметководство на фарма; - Економика на земјоделството; - Практична настава.
3. ПАЗАР НА ИНДУСТРИСКИ ПРОИЗВОДИ И ПРЕРАБОТКИ	14	<ul style="list-style-type: none"> - Да ги истакнува основните карактеристики на индустриските производи и нивните преработки; - да ги објаснува состојбите на меѓународниот пазар на индустриските производи и нивните преработки (производство, меѓународен промет, увоз, извоз и потрошувачка); - да ги истакнува состојбите на пазарот на индустриските производи и нивните преработки во Македонија (производство, преработка, увоз, извоз, потрошувачка). 	<ul style="list-style-type: none"> - Запознавање со карактеристиките на индустриските производи и нивните преработки (пченица, јачмен, пченка, ориз, сончоглед, шеќерна репа, соја, тутун); - објаснување на состојбите на меѓународниот пазар на индустриските производи и нивните преработки: производство, меѓународен промет, увоз, извоз, потрошувачка; - објаснување на состојбите на пазарот на индустриските производи и нивните преработки во Македонија: производство, преработка, увоз, извоз, потрошувачка; - интернет истражување на податоци за состојбите на меѓународниот и домашниот пазар на индустриските производи и нивните преработки. 	<ul style="list-style-type: none"> - Агроменаџмент; - Агромаркетинг; - Бизнис; - Сметководство на фарма; - Економика на земјоделството; - Практична настава.

4. ПАЗАР НА ЗЕЛЕНЧУК И ПРЕРАБОТКИ ОД ЗЕЛЕНЧУК	10	<ul style="list-style-type: none"> - Да ги истакнува основните карактеристики на градинарските производи и нивните преработки; - да ги наведува состојбите на меѓународниот пазар на градинарските производи и нивните преработки (производство, меѓународен промет, увоз, извоз, потрошувачка); - да ги истакнува состојбите на пазарот на градинарските производи и нивните преработки во Македонија (производство, преработка, увоз, извоз, потрошувачка). 	<ul style="list-style-type: none"> - Запознавање со карактеристиките на градинарските производи и нивните преработки (домат, пиперка, кромид, морков, грав, компир); - објаснување на состојбите на меѓународниот пазар на градинарските производи и нивните преработки (производство, меѓународен промет, увоз, извоз, потрошувачка); - објаснување за состојбите на пазарот на градинарските производи и нивните преработки во Македонија (производство, преработка, увоз, извоз, потрошувачка); - интернет истражување на податоци за состојбите на меѓународниот и домашниот пазар на градинарските производи и нивните преработки. 	<ul style="list-style-type: none"> - Агроменаџмент; - Агромаркетинг; - Бизнис; - Сметководство на фарма; - Економика на земјоделството; - Практична настава.
5. ПАЗАР НА ОВОШЈЕ И ГРОЗЈЕ И НИВНИ ПРЕРАБОТКИ	10	<ul style="list-style-type: none"> - Да ги истакнува основните карактеристики на овошните производи и грозјето и нивните преработки; - да ги наведува состојбите на меѓународниот пазар на овошните производи и грозјето и нивните преработки (производство, меѓународен 	<ul style="list-style-type: none"> - Запознавање со карактеристиките на овошните производи и грозјето и нивните преработки (слива, јаболка, круша, малина, трпезно и винско грозје); - објаснување за состојбите на меѓународниот пазар на овошните производи и грозјето и нивните преработки (производство, 	<ul style="list-style-type: none"> - Агроменаџмент; - Бизнис; - Сметководство на фарма; - Економика на земјоделството; - Практична настава.

		<p>промет, увоз, извоз, потрошувачка);</p> <ul style="list-style-type: none"> - да ги истакнува состојбите на пазарот на овошните производи и грозјето и нивните преработки во Македонија (производство, преработка, увоз, извоз, потрошувачка). 	<p>меѓународен промет, увоз, извоз, потрошувачка);</p> <ul style="list-style-type: none"> - објаснување на состојбите на пазарот на овошните производи и грозјето и нивните преработки во Македонија (производство, преработка, увоз, извоз, потрошувачка); - интернет истражување на податоци за состојбите на меѓународниот и домашниот пазар на овошните производи и грозјето и нивните преработки. 	
6. ПАЗАР НА ПРОИЗВОДИ ОД АНИМАЛНО ПОТЕКЛО И НИВНИ ПРЕРАБОТКИ	12	<ul style="list-style-type: none"> - Да ги истакнува основните карактеристики на производите од анимално потекло и нивните преработки; - да ги наведува состојбите на меѓународниот пазар на производите од анимално потекло и нивните преработки (производство, меѓународен промет, увоз, извоз, потрошувачка); - да ги истакнува состојбите на пазарот на производите од анимално потекло и нивните преработки во Македонија (производство, преработка, увоз, извоз, потрошувачка). 	<ul style="list-style-type: none"> - Запознавање со карактеристиките на производите од анимално потекло и нивните преработки (свинско месо, јагнешко месо, пилешко месо, кравјо млеко, овчо млеко, јајца); - објаснување за состојбите на меѓународниот пазар на производите од анимално потекло и нивните преработки и нивните преработки (производство, меѓународен промет, увоз, извоз, потрошувачка); - објаснување за состојбите на производите од анимално потекло и нивните преработки во Македонија (производство, преработка, увоз, извоз, потрошувачка). 	<ul style="list-style-type: none"> - Агроменаџмент; - Бизнис; - Сметководство на фарма; - Економика на земјоделството; - Практична настава.

			- интернет истражување на податоци за состојбите на меѓународниот и домашниот пазар на производите од анимално потекло и нивните преработки.	
7. ПАЗАР НА ОСТАНАТИ ПРОИЗВОДИ И ПРЕРАБОТКИ	6	<ul style="list-style-type: none"> - Да ги истакнува основните карактеристики на останатите производи и нивните преработки; - да ги наведува состојбите на меѓународниот пазар на останатите производи и нивните преработки (производство, меѓународен промет, увоз, извоз, потрошувачка); - да ги истакнува состојбите на пазарот на останатите производи и нивните преработки во Македонија (производство, преработка, увоз, извоз, потрошувачка). 	<ul style="list-style-type: none"> - Запознавање со карактеристиките на останатите производи и нивните преработки (кафе, чаеви, зачини, цвеќе); - објаснување за состојбите на меѓународниот пазар на останатите производи и нивните преработки (производство, меѓународен промет, увоз, извоз, потрошувачка); - објаснување за состојбите на останатите производи и нивните преработки во Македонија (производство, преработка, увоз, извоз, потрошувачка); - интернет истражување на податоци за состојбите на меѓународниот и домашниот пазар на останатите производи и нивните преработки. 	<ul style="list-style-type: none"> - Агроменаџмент; - Бизнес; - Сметководство на фарма; - Економика на земјоделството; - Практична настава.

4.2. Наставни методи и активности на учење

Програмските содржини по предметот **агромаркетинг** се одвиваат преку теоретска настава и практична работа. Теоретската настава се реализира со: предавање и совладување на програмските содржини кои имаат стручен карактер, како и апликативно и практично значење заради што програмските содржини треба да се реализираат и преку практични вежби. Поради тоа во наставниот процес е потребна примена на разновидни наставни форми и методи. Така, покрај фронталните предавања потребно е работа со учениците во групи, парови и индивидуална работа. Исто така, постојат можности за примена на разновидни наставни методи, односно постапки: покажување, објаснување, опишување, предавање, решавање задачи, дискусија и практична работа. Преку успешната примена на наставните форми и методи, треба да се обезбеди оптимално можно активно учество на учениците, поточно тие да: слушаат, дискутираат, прилепуваат, го повторуваат градивото, вежбаат, вршат непосредни практични операции и работни задачи, односно ги применуваат стекнатите знаења и вештини во практиката, ги откриваат економските законitosti, изработуваат домашни задачи и самостојно се образуваат.

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 ефективно однесување.

4.3. Организација и реализација на наставниот предмет

Наставата по предметот **агромаркетинг** се спроведува преку предавања кои ќе се реализираат во училница и кабинети. Покрај предавањата, треба да се изведуваат вежби, практични работа на учениците преку играње на улоги, симулирање на процеси, студии на случај и презентации. Притоа, потребно е наставата да се реализира и преку посета на трговски друштва кои се занимаваат со производство и промет со земјоделско-прехранбени производи, реализирање на ученички проекти и индивидуални домашни задачи.

4.4. Наставни средства и помагала

Во наставниот процес треба да се користат разновидни наставни средства и помагала: слики, цртежи, филмови, телевизиски снимки, графоскоп, персонален компјутер, Интернет, текст, стручно-научни списанија, публикации, рекламен материјал и слично.

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 изведување 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 наставниот предмет **агромаркетинг** 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 ја 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 стручно и професионално да се самообразува во струката и во педагошката област.

6.2. Стандард за наставен кадар

Наставата по наставниот предмет **агромаркетинг** 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*, наставата треба да се реализира во опремена училница со наставни средства, помагала и опрема согласно со нормативот.

7. ДАТУМ И НОСИТЕЛИ НА ИЗРАБОТКАТА НА НАСТАВНАТА ПРОГРАМА

7.1. Датум на изработка: јули 2012 година

7.2. Состав на работната група за изработка:

1. Бранко Алексовски, советник по земјоделско-ветеринарна група предмети во ЦСОО – Скопје, координатор
2. Проф. д-р Ненад Георгиев, редовен професор на Факултетот 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* 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. 11-6024/11**

на ден, 03.10.2012
Скопје

Министер,

м-р Панче Кралев