

Biotehnički fakultet / AGROBIZNIS I RURALNI RAZVOJ / AGROMARKETING

Naziv predmeta:	AGROMARKETING			
Šifra predmeta	Status predmeta	Semestar	Broj ECTS kredita	Fond časova (P+V+L)
13398	Obavezan	3	6	3+2+0
Studijski programi za koje se organizuje	AGROBIZNIS I RURALNI RAZVOJ			
Uslovljenost drugim predmetima	Nema uslovljenosti			
Ciljevi izučavanja predmeta	Da studenti steknu osnovna znanja iz oblasti agromarketinga			
Ishodi učenja	Nakon što položi ovaj ispit student će moći da: 1. Stekne osnovna znanja iz oblasti agromarketinga 2. Samostalno formira i sagleda uzročno posledične veze između tržišta, trgovine i marketinga 3. Definiše proces istraživanja, vrste istraživanja i primjenu istraživanja 4. Dizajnira i sprovede terensko istraživanje 5. Vrednuje i interpretira rezultate istraživanja 6. Izradi preporuke za poslovno odlučivanje na osnovu rezultata istraživanja			
Ime i prezime nastavnika i saradnika	Prof. dr Miomir Jovanović i dr Miljan Joksimović			
Metod nastave i savladanja gradiva	Predavanja, vježbe, konsultacije, samostalni rad.			
Plan i program rada				
Pripremne nedelje	Priprema i upis semestra			
I nedjelja, pred.	Pojam i razvoj marketinga			
I nedjelja, vježbe	Pojam i razvoj marketinga			
II nedjelja, pred.	Tržište, trgovina i marketing			
II nedjelja, vježbe	Tržište, trgovina i marketing			
III nedjelja, pred.	Proces planiranja u marketingu			
III nedjelja, vježbe	Proces planiranja u marketingu			
IV nedjelja, pred.	Informacioni sistemi u marketingu			
IV nedjelja, vježbe	Informacioni sistemi u marketingu			
V nedjelja, pred.	Politika proizvoda, cjenovna politika			
V nedjelja, vježbe	Politika proizvoda, cjenovna politika			
VI nedjelja, pred.	Odlučivanje u marketingu, KOLOKVIJUM 1			
VI nedjelja, vježbe	Odlučivanje u marketingu, KOLOKVIJUM 1			
VII nedjelja, pred.	Test proizvoda, test cijene, prognoza prodaje			
VII nedjelja, vježbe	Test proizvoda, test cijene, prognoza prodaje			
VIII nedjelja, pred.	Trgovina poljoprivredniom proizvodima i inputima za poljoprivredu			
VIII nedjelja, vježbe	Trgovina poljoprivredniom proizvodima i inputima za poljoprivredu			
IX nedjelja, pred.	Tok marketinškog procesa			
IX nedjelja, vježbe	Tok marketinškog procesa			
X nedjelja, pred.	Postupak istraživanja tržišta, metode empirijskog istraživanja, uzorkovanje, vrednovanje i analiza podataka			
X nedjelja, vježbe	Postupak istraživanja tržišta, metode empirijskog istraživanja, uzorkovanje, vrednovanje i analiza podataka			
XI nedjelja, pred.	Koncept agromarketinga			
XI nedjelja, vježbe	Koncept agromarketinga			
XII nedjelja, pred.	Opšti model agromarketinga, KOLOKVIJUM 2			
XII nedjelja, vježbe	Opšti model agromarketinga, KOLOKVIJUM 2			
XIII nedjelja, pred.	Seminar- izrada marketinškog plana			

XIII nedjelja, vježbe	Seminar- izrada marketinškog plana					
XIV nedjelja, pred.	Seminar- izrada marketinškog plana					
XIV nedjelja, vježbe	Seminar- izrada marketinškog plana					
XV nedjelja, pred.	Seminar- izrada marketinškog plana					
XV nedjelja, vježbe	Seminar- izrada marketinškog plana					
Opterećenje studenta						
Nedjeljno	U toku semestra					
6 kredita x 40/30=8 sati i 0 minuta 3 sat(a) teorijskog predavanja 0 sat(a) praktičnog predavanja 2 vježbi 3 sat(a) i 0 minuta samostalnog rada, uključujući i konsultacije	Nastava i završni ispit: 8 sati i 0 minuta x 16 =128 sati i 0 minuta Neophodna priprema prije početka semestra (administracija, upis, ovjera): 8 sati i 0 minuta x 2 =16 sati i 0 minuta Ukupno opterećenje za predmet: 6 x 30=180 sati Dopunski rad za pripremu ispita u popravnom ispitnom roku, uključujući i polaganje popravnog ispita od 0 do 30 sati (preostalo vrijeme od prve dvije stavke do ukupnog opterećenja za predmet) 36 sati i 0 minuta Struktura opterećenja: 128 sati i 0 minuta (nastava), 16 sati i 0 minuta (priprema), 36 sati i 0 minuta (dopunski rad)					
Obaveze studenta u toku nastave	Redovno prisustvo nastavi, primjereno vladanje, pohađanje provjera znanja.					
Konsultacije	Nakon predavanja, a po potrebi po dogovoru					
Literatura	Literatura: 1. Kotler P., L., Keller. (2007): Upravljanje marketingom, MATE, Zagreb. 2. Božidarević, D.: "Marketing poljoprivrednih i prehrambenih proizvoda", Poljoprivredni fakultet, 2003. 3. Vlahović, B.: "Marketing poljoprivredno-prehrambenih proizvoda", Poljoprivredni fakultet, Novi Sad, 2004. Dopunska: 4. Đorović, M., Tomin, A: "Tržište i promet poljoprivrednih proizvoda", Poljoprivredni fakultet, Beograd, 2000. 5. Salai, S., Božidarević, D.: "Marketing istraživanje", Savremena administracija, Beograd, 1997.					
Oblici provjere znanja i ocjenjivanje	Dva kolokvijuma 2x20 poena ukupno 40 poena Seminarski 2x5 poena ukupno 10 poena Završni ispit ukupno 50 poena Ocjena: broj poena: A (≥ 90 do 100 poena); B (≥ 80 do < 90); C (≥ 70 do < 80); D (≥ 60 do < 70); E (≥ 50 do < 60); F < od 50					
Posebne naznake za predmet	-					
Napomena	-					
Ocjena:	F	E	D	C	B	A
Broj poena	manje od 50 poena	više ili jednako 50 poena i manje od 60 poena	više ili jednako 60 poena i manje od 70 poena	više ili jednako 70 poena i manje od 80 poena	više ili jednako 80 poena i manje od 90 poena	više ili jednako 90 poena