

Biotehnički fakultet / Biljna proizvodnja / TRŽIŠTE I MARKETING POLJOPRIVREDNO-PREH. PROIZVODA

Uslovljenost drugim predmetima	Nema uslovljenosti
Ciljevi izučavanja predmeta	Da studenti steknu osnovna znanja iz oblasti tržišta i marketinga poljoprivredno-prehrambenih proizvoda biljnog porijekla, tj., razumijevanje: teorije i analitike tržišta, prometa i marketinga poljoprivrednih proizvoda; stanja i odnosa na domaćem tržištu, prometu i marketingu poljoprivrednih proizvoda.
Ime i prezime nastavnika i saradnika	Prof.dr Miomir Jovanović i dr Miljan Joksimović
Metod nastave i savladanja gradiva	Predavanja, vježbe, konsultacije, samostalni rad
I nedjelja, pred.	Uvod u predmet- osnovne informacije o predmetu
I nedjelja, vježbe	uvod u vježbe
II nedjelja, pred.	Pojam, klasifikacija i segmentacija tržišta
II nedjelja, vježbe	primjeri klasifikacije tržišta
III nedjelja, pred.	Elementi i mehanizam tržišta: ponuda i tražnja proizvoda biljnog porijekla
III nedjelja, vježbe	zakon ponude i tražnje, elastičnost ponude i tražnje
IV nedjelja, pred.	Činioci i osnovne funkcije tržišta proizvoda biljnog porijekla
IV nedjelja, vježbe	razrada funkcija tržišta
V nedjelja, pred.	Cijene: pojam, vrste, kretanja cijena, pariteti, formiranje cijena poljoprivrednih proizvoda
V nedjelja, vježbe	politika cijena, vrste cijena,
VI nedjelja, pred.	Potrošnja poljoprivrednih i prehrambenih proizvoda biljnog porijekla, KOLOKVIJUM 1.
VI nedjelja, vježbe	lična, društvena, robni fondovi
VII nedjelja, pred.	Promet poljoprivredno-prehrambenih proizvoda biljnog porijekla:obilježja, vrste i vidovi
VII nedjelja, vježbe	oblici prometa, klasifikacija prometa
VIII nedjelja, pred.	Trgovina: podjela i osnovne karakteristike
VIII nedjelja, vježbe	karakteristike trgovine
IX nedjelja, pred.	Tržišne ustanove u prometu
IX nedjelja, vježbe	berze, aukcije...
X nedjelja, pred.	Istraživanje tržišta poljoprivredno-prehrambenih proizvoda biljnog porijekla
X nedjelja, vježbe	istraživanje tržišta, intervju, anketa, kreiranje ankete
XI nedjelja, pred.	Istraživanje marketinga poljoprivredno-prehrambenih proizvoda biljnog porijekla
XI nedjelja, vježbe	marketing istraživanje, intervju, anketa
XII nedjelja, pred.	Marketing koncept poslovanja
XII nedjelja, vježbe	marketing strategija, franšizing
XIII nedjelja, pred.	SWOT analiza, KOLOKVIJUM 2
XIII nedjelja, vježbe	studije slučaja 1
XIV nedjelja, pred.	Instrumenti marketing mix-a -proizvod i cijene
XIV nedjelja, vježbe	studije slučaja 2
XV nedjelja, pred.	Instrumenti marketing mix-a -promocija i distribucija
XV nedjelja, vježbe	studije slučaja 3
Obaveze studenta u toku nastave	Redovno prisustvo nastavi, primjereno vladanje, pohađanje provjera znanja.
Konsultacije	nakon predavanja
Opterećenje studenta u casovima	
Literatura	Jovanović, M: "Tržište i marketing poljoprivrednih proizvoda", skripta, Biotehnički fakultet, Podgorica

	2007.; 2.Božidarević, D.: "Marketing poljoprivrednih i prehrambenih proizvoda", Poljoprivredni fakultet Novi Sad, 2003.;3.Đorović, M., Tomin, A: "Tržište i promet poljoprivrednih proizvoda", Poljoprivredni fakultet, Beograd, 2000.;4.Vlahović. B.: "Marketing poljoprivredno-prehrambenih proizvoda", Poljoprivredni fakultet, Novi Sad, 2004.;5.Kotler. P., Keller, K.: "Upravljanje marketingom", MATE, Zagreb, 2007;Dopunska:Milisavljević, M., Maričić B., Gligorijević, M., (2006): Osnovi marketinga, ekonomski fakultet, Beograd; Salai, S., Božidarević. D.: "Marketing istraživanje", Savremena administracija, Beograd, 1997.
Oblici provjere znanja i ocjenjivanje	Pismeno 2 kolokvijuma po 20 poena (40 poena), dva domaća po 2.5 poena (5 poena), aktivnost na času 5 poena i završni ispit 50 poena. Za prolaz 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	Konsultacije se održavaju nakon časova predavanja
Napomena	
Ishodi učenja	Ishodi učenja: Nakon uspješno savladanog predmeta studenti će moći:1. Objasniti pojam tržišta i način njegovog funkcionisanja; 2. Opisati elemente, činioce, osnovne funkcije i mehanizam tržišta; 3.Opisati prodajne kanale, njihove prednosti i nedostatke;4.Objasniti ulogu i značaj tržišnih institucija; 5.Pripremiti osnovne tržišne podatke; 6. Predstaviti jednostavnu analizu tržišta poljoprivredno-prehrambenih proizvoda; 7.Opisati marketing koncept poslovanjai i izraditi SWOT analizu