

Biotehnički fakultet / Kontinentalno voćarstvo i ljekovito bilje / TRŽIŠTE I MARKETING AGROBIZNISA

Uslovljenost drugim predmetima	Nema uslovljenosti
Ciljevi izučavanja predmeta	Da studenti steknu osnovna znanja iz oblasti tržišta i marketinga poljoprivredno-prehrambenih proizvoda: teorije i analitike tržišta, prometa i marketinga poljoprivrednih proizvoda; stanja i odnosa na domaćem tržištu, prometu i marketingu poljoprivrednih proizvoda na domaćem i inostranom tržištu.
Ime i prezime nastavnika i saradnika	dr Miomir Jovanović i mr 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 i definicija tržišta, vrste i funkcije tržišta
II nedjelja, vježbe	Karakteristike tržišta, faktori koji utiču na formiranje tržišta poljop.proizvoda. Klasifikacija tržišta
III nedjelja, pred.	Analiza ponude i tražnje poljoprivrednih proizvoda
III nedjelja, vježbe	Funkcija ponude i potražnje, fondovi
IV nedjelja, pred.	Elastičnost ponude i tražnje i primjena u agrobiznisu
IV nedjelja, vježbe	Elastičnost ponude i tražnje i primjena u agrobiznisu - podjela, faktori koji utiču elastičnost - praktični primjeri
V nedjelja, pred.	Cijene: pojam, vrste, kretanja cijena, pariteti, formiranje cijena poljoprivrednih proizvoda
V nedjelja, vježbe	Vrste cijena, utvrđivanje pariteta, formiranje cijena - praktični primjeri
VI nedjelja, pred.	Potrošnja poljoprivrednih proizvoda, KOLOKVIJUM 1.
VI nedjelja, vježbe	Potrošnja poljoprivrednih proizvoda, KOLOKVIJUM 1.
VII nedjelja, pred.	Promet poljoprivrednih proizvoda:obilježja, vrste i vidovi
VII nedjelja, vježbe	Prirodno-društveni činioci prometa, obilježja prometa, promet prema obimu, porijeklu proizvoda, funkciji - praktični primjeri
VIII nedjelja, pred.	Trgovina: podjela i osnovne karakteristike
VIII nedjelja, vježbe	Funkcije trgovine, unutrašnja, spoljna trgovina, trgovina na veliko i malo... trgovinski bilansi
IX nedjelja, pred.	Tržišne ustanove u prometu
IX nedjelja, vježbe	Funkcionisanje tržišni ustanova - studija slučaja
X nedjelja, pred.	Proizvodno-potrošni bilansi
X nedjelja, vježbe	Proizvodno-potrošni bilansi - primjeri određenih poljop. proizvoda
XI nedjelja, pred.	Pregled međunarodnog tržišta poljoprivrednih proizvoda
XI nedjelja, vježbe	Pregled međunarodnog tržišta poljoprivrednih proizvoda - najznačajni proizvođači prema kategorijama proizvoda, visini prometa, potrošnji
XII nedjelja, pred.	Spoljno-trgovinska razmjena poljoprivredno-prehrambenih proizvoda i tendencije
XII nedjelja, vježbe	Spoljno-trgovinska razmjena poljoprivredno-prehrambenih proizvoda i tendencije - analiza kretanja određenih proizvoda na primjeru Crne Gore
XIII nedjelja, pred.	SWOT analiza, KOLOKVIJUM 2
XIII nedjelja, vježbe	SWOT analiza- kreiranje analize za određene proizvode/djelatnosti na primjeru Crne Gore, KOLOKVIJUM 2
XIV nedjelja, pred.	Analiza izabranih tržišta poljoprivrednih proizvoda
XIV nedjelja, vježbe	Analiza izabranih tržišta poljoprivrednih proizvoda - praktična izrada analize
XV nedjelja, pred.	Instrumenti marketing mix-a
XV nedjelja, vježbe	Instrumenti marketing mix-a
Obaveze studenta u toku nastave	Redovno prisustvo nastavi, primjereno vladanje, pohađanje provjera znanja.

Konsultacije	Nakon predavanja, a po potrebi po dogovoru
Opterećenje studenta u casovima	
Literatura	Literatura: Osnovna: 1. Jovanović, M: "Tržište i marketing poljoprivrednih proizvoda", skripta, Biotehnički fakultet, Podgorica 2007. 2. Đorović, M., Tomin, A: "Tržište i promet poljoprivrednih proizvoda", Poljoprivredni fakultet, Beograd, 2000. 3. Vlahović. B.: "Marketing poljoprivredno-prehrambenih proizvoda", Poljoprivredni fakultet, Novi Sad, 2004. Dopunska: 4. Milisavljević, M., Maričić B., Gligorijević, M., (2006): Osnovi marketinga, ekonomski fakultet, Beograd 5. Salai, S., Božidarević. D.: "Marketing istraživanje", Savremena administracija, Beograd, 1997.
Oblici provjere znanja i ocjenjivanje	Oblici provjere znanja i ocjenjivanje: Dva kolokvijuma 2x20 poena ukupno 40 poena Prisustvo na predavanjima i testovi ukupno 10 poena Završni ispit ukupno 50 poena (Ocjene i poeni: 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	-
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