

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

| | | | | |
|---|--|-----------------|--------------------------|----------------------------|
| Naziv predmeta: | TRŽIŠTE I MARKETING AGROBIZNISA | | | |
| Šifra predmeta | Status predmeta | Semestar | Broj ECTS kredita | Fond časova (P+V+L) |
| 11415 | Obavezan | 6 | 6 | 3+2+0 |
| Studijski programi za koje se organizuje | Kontinentalno voćarstvo i ljekovito bilje | | | |
| 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 | | | |
| 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 poslovanja i izraditi SWOT analizu | | | |
| 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 nedjelje | Priprema i upis semestra | | | |
| 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 primjer | | | |
| 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 | | | | | |
| 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: 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 poljoprivrednoprhrambenih 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. 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 | Predmet je obavezan na modulu "Ljekovito bilje", a izborni na modulu "Kontinentalno voćarstvo". | | | | | |
| 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 |