

| | | | |
|---|------------------------|---------------------------|---------------------------|
| Студијски програм: ОРГАНСКА ПОЉОПРИВРЕДА | | | |
| Назив предмета: ТРЖИШТЕ И МАРКЕТИНГ ОРГАНСКИ ПРОИЗВЕДЕНЕ ХРАНЕ | | | |
| Наставник: прпф. др Бранислав Влаховић | | | |
| Статус предмета: обавезни | | | |
| Број ЕСПБ: 4 | | | |
| Услов:- | | | |
| Циљ предмета Треба да омогући студенту стицање знања, односно разумевање теорије и аналитике тржишта и маркетинга органских пољопривредно-прехранбених производа. | | | |
| Исход предмета Студент треба да буде оспособљен за рад на пословима: анализе домаћег и међународног тржишта, дефинисања производне политике у зависности од тражње на тржишту. Дефинисања одговарајуће маркетинг стратегије органских пољопривредно-прехранбених производа. | | | |
| Садржај предмета <i>Теоријска настава:</i> Предмет се састоји из два дела; ➔ Општи део: -Тржиште: појам тржишта, димензије, сегментација и карактеристике тржишта пољопривредно-прехранбених производа. Понуда пољопривредно-прехранбених производа, карактеристике и еластичност понуде. Тражња пољопривредно-прехранбених производа. Чиниоци који утичу на тражњу – број потрошача, доходак, доходовна еластичност тражње, цена, ценовна еластичност тражње, укрштена еластичност тражње, навике потрошача и други чиниоци тражње. Цена: промена (кретање) цена, врсте цена, паритети цена, формирање и регулисање цена у пољопривреди Републике Србије. Промет пољопривредно-прехранбених производа, непосредни промет, посредни промет, трговина на велико и трговина на мало. Тржишне устнове у промету. Маркетинг истраживање. Карактеристике маркетинг концепције. Маркетинг стратегија. SWOT анализа. Инструменти маркетинг МИКС-а: <i>Производ:</i> појмовно концепцијски аспект производа, увођење производа на тржишта, концепт животног циклуса производа, портфолио концепт производа, амбалажа, обележавање производа. <i>Цена:</i> фактори који утичу на формирање цена, методи утврђивања (формирања) цена, политике (стратегије) у формирању цена. <i>Промоција:</i> економска пропаганда, унапређење продаје, публицитет, лична продаја. <i>Дистрибуција:</i> канали дистрибуције, физичка дистрибуција, ширина (интензитет) дистрибуције. ➔ Специјални део: -Тржиште органске хране у свету и Републици Србији <i>Практична настава</i> Израда семинарских радова студената. | | | |
| Литература Влаховић, Б.,: Тржиште и маркетинг, Пољопривредни факултет, Нови Сад, 2018. Влаховић, Б.,: Маркетинг, Пољопривредни факултет, Нови Сад, 2017. | | | |
| Број часова | активне наставе | Теоријска настава: | Практична настава: |
| Методe извођења наставе Предавања, вежбе и интерактивна настава. Провера знања у току наставе путем тестова. | | | |
| Оцена знања (максимални број поена 100) | | | |
| Предиспитне обавезе | поена | Завршни испит | поена |
| активност у току предавања | 10 | писмени испит | 40 |
| практична настава | | усмени испит | 40 |
| колоквијум-и | | | |
| семинар-и | 10 | | |