

Студијски програм : Ратарство и повртарство			
Назив предмета: Тржиште и маркетинг ратарско-повртарских производа			
Наставник: Бранислав Влаховић, Радојевић В. Вук			
Статус предмета: Обавезни			
Број ЕСПБ: 5			
Услов: нема			
Циљ предмета: треба да омогући студенту стицање знања, односно разумевање теорије и аналитике тржишта и маркетинга ратарско-повртарских 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 ратарско-повртарских производа.			
Садржај предмета: <i>Теоријска настава:</i> Предмет се састоји из два дела: Општи део: тржиште: појам тржишта, димензије, сегментација и карактеристике тржишта пољопривредно-прехрамбених производа. Понуда пољопривредно-прехрамбених производа, карактеристике и еластичност понуде. Тражња пољопривредно-прехрамбених производа. Чиниоци који утичу на тражњу – број потрошача, доходак, доходна еластичност тражње, цена, ценовна еластичност тражње, укрштена еластичност тражње, навике потрошача и други чиниоци тражње. <i>Цене:</i> промена (кретање) цена, врсте цена, паритети цена, формирање и регулисање цена у пољопривреди Републике Србије. Промет пољопривредно-прехрамбених производа, непосредни промет, посредни промет, трговина на велико и трговина на мало. Тржишне установе 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 житарица, индустријског биља и поврћа. <i>Практична настава</i> Израда семинарских радова студената.			
Литература 1. Влаховић, Б.,: Тржиште и маркетинг, Пољопривредни факултет, Нови Сад, 2018. 2. Влаховић, Б.,: Тржиште агроиндустријских производа – специјални део, Пољопривредни факултет, Нови Сад, 2017.			
Број часова активне наставе:		Теоријска настава:2x15=30	
Практична настава:1x15=15			
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		