

Студијски програм: АГРОЕКОНОМИЈА – Agricultural Economy			
Врста и ниво студија: Основне академске студије, први ниво			
Назив предмета: Маркетинг (Marketing)			
Наставник: др Тодор Ђ. Марковић, редовни професор			
Статус предмета: Обавезни			
Број ЕСПБ: 5			
Услов: нема			
Циљ предмета:			
Предмет треба да омогући студенту стицање знања, односно разумевање теорије и аналитике маркетинга агроиндустријских производа.			
Исход предмета			
Студент треба да буде оспособљен за рад на пословима истраживања и анализе домаћег и међународног тржишта, као и примене маркетинг концепта агроиндустријских производа.			
Садржај предмета			
<i>Теоријска настава:</i>			
Еволуција и карактеристике маркетинг концепције. Маркетинг стратегија. PEST анализа. Анализа ситуације. Маркетинг истраживање. Фазе у процесу маркетинг истраживања. Неуромаркетинг. Савремени маркетинг МИКС (потрошач, трошак, погодност, комуникација). Инструменти традиционалног маркетинг МИКС-а: <i>Производ</i> : појмовно концепцијски аспект производа, увођење производа на тржишта, животни циклус производа, портфолио концепт производа, стандарди производа, амбалажа и паковање производа, обележавање производа, име производа. <i>Цена</i> : фактори који утичу на политику цена, методи формирања цена, политике (стратегије) у формирању цена, диференцирање цена. <i>Промоција</i> : економска пропаганда, унапређење продаје, публицитет и односи с јавношћу, лична продаја. <i>Дистрибуција</i> : канали дистрибуције, физичка дистрибуција, ширина (интензитет) дистрибуције.			
<i>Практична настава: Вежбе, Други облици наставе, Студијски истраживачки рад</i>			
Семинарски радови.			
Литература			
1) Влаховић, Б. (2017): Маркетинг. Универзитет у Новом Саду, Пољопривредни факултет, Нови Сад.			
2) Влаховић, Б. (2018): Тржиште и маркетинг. Универзитет у Новом Саду, Пољопривредни факултет, Нови Сад.			
3) Божидаревић, Д. (2002): Маркетинг пољопривредних и прехрамбених производа. Универзитет у Новом Саду, Пољопривредни факултет, Нови Сад.			
4) Kotler, P., Keller, K. L. & Chernev, A. (2022): Marketing Management, 16 th edition. Pearson, London.			
5) Kotler, P. & Armstrong, G. (2016): <i>Principles of Marketing</i> , 16 th edition. Pearson, Boston.			
6) Barkley, A. (2019): <i>The Economics of Food and Agricultural Markets</i> , 2 nd edition. New Prairie Press, Manhattan.			
7) Tomek, W. G., & Kaiser, H. M. (2014): <i>Agricultural Product Prices</i> , 5 th edition. Cornell University Press, Ithaca.			
8) Marković, T. (2005): Besonderheiten des Marketing für die Weizen Produktion in Serbien and Montenegro. Fachhochschule Weihenstephan Freising, Abt. Triesdorf, Fachbereich Landwirtschaft, München-Weihenstephan.			
Број часова активне наставе			
Предавања: 3 x 15 = 45	Вежбе: 1 x 15 = 15	Други облици наставе:	
Методе извођења наставе:			
Настава се изводи класичним предавањима и кроз израду семинарских радова.			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе		Завршни испит	<i>поена</i>
активност у току предавања		писмени испит	
практична настава		усмени испт	60
колоквијум-и	20		
семинар-и	20		