

Студијски програм : Анимална производња			
Назив предмета: ТРЖИШТЕ И МАРКЕТИНГ СТОЧАРСКИХ ПРОИЗВОДА - Markets and Marketing of Livestock Products			
Наставник: проф. др Мирела Томаш Симин, доц. др Даница Главаш-Трбић, проф. др Вук Радојевић			
Статус предмета: Изборни			
Број ЕСПБ: 5			
Услов: -			
Циљ предмета			
Циљ предмета је да студентима пружи основна и примењива знања о функционисању тржишта сточарских производа, као и о основним концептима и инструментима маркетинга у сточарству. Предмет има за циљ да оспособи студенте за разумевање специфичности понуде и тражње, формирања цена и тржишних токова сточарских производа, као и за примену основних маркетинг стратегија у пласману производа животињског порекла.			
Исход предмета			
По завршетку предмета студент ће стећи основна знања о функционисању тржишта сточарских производа и специфичностима понуде, тражње и формирања цена у сточарству. Студент ће бити оспособљен да разуме основне маркетинг концепте, анализира тржишне услове и понашање потрошача, као и да примени једноставне маркетинг активности у пласману производа животињског порекла. Такође, студент ће развити способност препознавања могућности за унапређење тржишног наступа и додавање вредности сточарским производима.			
Садржај предмета			
Теоријска настава			
Настава обухвата упознавање са појмом и специфичностима тржишта сточарских производа, као и анализу понуде и тражње у сточарству. Посебна пажња посвећена је факторима који утичу на тражњу, формирању цена и карактеристикама тржишних токова производа животињског порекла. Разматрају се облици промета, улога трговине и тржишних институција, као и специфичности домаћег и међународног тржишта. Други део наставе обухвата основне концепте маркетинга у сточарству, укључујући маркетинг микс (производ, цена, промоција и дистрибуција), понашање потрошача и могућности позиционирања производа животињског порекла. Посебан осврт дат је на тржишта меса, млека и јаја, као и на значај квалитета, безбедности хране и производа са додатом вредношћу.			
Практична настава			
Практична настава се реализује кроз анализу примера са тржишта сточарских производа, израду семинарских радова и активно учешће студената у дискусијама. Студенти примењују стечена знања на анализу понуде, тражње, цена и маркетинг активности, са посебним освртом на тржишта меса, млека и јаја.			
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.			
3. Philip Kotler, Kevin Keller, and Alex Chernev. Marketing Management, 16th edition, Pearson, 2022.			
4. Barkley, Andrew. The economics of food and agricultural markets. New Prairie Press, 2019.			
5. Tomek, William G., and Harry M. Kaiser. Agricultural Product Prices. 5th ed., Cornell University Press, 2014.			
Број часова активне наставе		Теоријска настава: 2x15 =30	Практична настава: 2x15 =30
Методе извођења наставе			
Предавања, презентовање семинарских радова на часовима вежби, менторски рад са студентима, дискусија на часовима наставе и вежби.			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	поена	Завршни испит	поена
активност у току предавања	5	усмени испит	50

колоквијум-и	30		
семинар-и	15		