

Табела 5.2 Спецификација предмета

Студијски програм: Биљна производња			
Назив предмета: Тржиште и маркетинг пољопривредних производа - Markets and Marketing of Agricultural Products			
Наставник: Мирела Томаш - Симин, Даница Главаш – Трбић, Вук Радојевић			
Статус предмета: Обавезни			
Број ЕСПБ: 5			
Услов: -			
Циљ предмета			
Циљ предмета је да студентима пружи основна и примењива знања о функционисању тржишта пољопривредних производа као и о основним концептима и инструментима маркетинга у агробизнису. Предмет има за циљ да оспособи студенте за разумевање тржишних процеса, понашања потрошача и могућности позиционирања производа, као и за примену основних маркетинг стратегија у пласману пољопривредних производа са додатом вредношћу.			
Исход предмета			
По завршетку предмета студент ће стећи основна знања о функционисању тржишта пољопривредних производа. Студент ће бити оспособљен да разуме основне маркетинг концепте, анализира понашање потрошача и основне тржишне трендове, као и да примени једноставне маркетинг стратегије у пласману пољопривредних производа. Такође, студент ће развити способност препознавања могућности за креирање производа са додатом вредношћу и њихово позиционирање на тржишту.			
Садржај предмета			
Теоријска настава			
Настава обухвата упознавање са појмом и карактеристикама тржишта пољопривредно-прехранбених производа, са посебним освртом на специфичности аграрних тржишта. Анализирају се типологија и сегментација тржишта, као и основне карактеристике понуде и тражње пољопривредно-прехранбених производа. Посебна пажња посвећена је факторима који утичу на тражњу (број потрошача, доходак, доходовна еластичност, цене, ценовна и укрштена еластичност), као и специфичностима понуде у пољопривреди. У оквиру предмета проучавају се цене пољопривредно-прехранбених производа, њихове врсте, паритети цена, као и механизми формирања и регулисања цена у пољопривреди Републике Србије. Разматрају се облици промета пољопривредно-прехранбених производа (посредни и непосредни), трговина на велико и мало, као и улога тржишних институција у функционисању тржишта. Други део наставе обухвата основне концепте маркетинга у агробизнису, укључујући анализу тржишне ситуације и креирање маркетинг стратегије. Посебно се обрађују инструменти маркетинг микса: производ (концепт, животни циклус, квалитет, паковање и брендирање), цена (фактори и методе формирања), промоција (оглашавање, унапређење продаје, односи с јавношћу и лична продаја) и дистрибуција (канални продаје и логистика). Специјални део наставе посвећен је анализи тржишта биљних производа, укључујући специфичности понуде, тражње, квалитета, сезонских колебања и позиционирања ових производа на домаћем и међународном тржишту.			
Практична настава			
Практична настава се реализује кроз анализу конкретних тржишних примера и студија случаја. Студенти кроз израду семинарских радова, дискусије и рад у групама примењују стечена знања на анализу понуде, тражње, цена и маркетинг активности у агробизнису. Посебан акценат ставља се на анализу понашања потрошача, позиционирање производа и избор одговарајућих маркетинг инструмената. Практични рад обухвата и основне анализе тржишних података и идентификацију могућности за унапређење пласмана пољопривредних производа.			
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: 3	
		Практична настава: 2	
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	
активност у току предавања		5	
колоквијум-и		30	
семинар-и		15	
Завршни испит		поена	
усмени испит		50	