
	Универзитет у Новом Саду Пољопривредни факултет		
	Акредитација студијског програма		
	ОСНОВНЕ АКАДЕМСКЕ СТУДИЈЕ	ПЕЈЗАЖНА АРХИТЕКТУРА	

Табела 5.2. Спецификација предмета

Студијски програм: ПЕЈЗАЖНА АРХИТЕКТУРА – LANDSCAPE ARCHITECTURE			
Врста и ниво студија: ОСНОВНЕ АКАДЕМСКЕ СТУДИЈЕ, први ниво			
Назив предмета: МАРКЕТИНГ И МЕНАџМЕНТ (Marketing and Management)			
Шифра: 7ОПА7И16			
Наставник: Проф.др Бранислав И. Влаховић, ред.проф, Проф.др Душан Б. Милић, ред. проф Асистенти: Мр Вук В. Радојевић, Мр Мирјана М. Лукач-Булатовић			
Статус предмета: изборни			
Број ЕСПБ: 6			
Услов: -			
Циљ предмета: Циљ предмета је да студенти стекну основна знања из области тржишта и маркетинга агроиндустријских производа. Да студентима омогући боље разумевање потребних вештина у управљању и координацији пословних активности у циљу постизања оптималних финансијских елемената у хортикултурној производњи.			
Исход предмета: Да допринесе схватању суштине менаџмента у смислу управљања и руковођења основним факторима производње.			
Садржај предмета <i>Теоријска настава</i> Тржиште: појам тржишта, типологија, димензије, сегментација, карактеристике тржишта агроиндустријских производа. Елементи тржишта: понуда и тражња. Цена: обележја цена агроиндустријских производа, врсте, паритети цена, начини формирања и регулисања цена агроиндустријских производа. Промет: промет агроиндустријских производа, врсте промета, тржишне установе у промету. -Истраживање тржишта и маркетинга. Маркетинг концепт и одлучивање у маркетингу. SWOT анализа. Инструменти маркетинг МИКС-а: - Производ: појмовно концепцијски аспект производа, увођење производа на тржиште, концепт животног циклуса производа, портфолио концепт производа, амбалажа и паковање производа. ЕАН систем обележавања производа. Цена: фактори који утичу на формирање цена, методи утврђивања (формирања) цена, критеријуми за диференцирање цена агроиндустријских производа. Промоција: економска пропаганда, унапређење продаје, публицитет, лична продаја, Дистрибуција: канали дистрибуције, физичка дистрибуција, ширина (интензитет) дистрибуције. Међународно тржиште агроиндустријских производа. Пољопривредно предузеће као пословни систем. Облици организовања предузећа. Менаџмент и агроменаџмент. (5) Услови и чиниоци развоја пољопривредне производње. Подела фактора производње према обрту. Економски значај цвећарства. (2) Плдоред и коришћење производних површина и објеката. (1) Заједничка обележја пољопривреде и хортикултуре. (2) Проучавање и нормирање рада. (2) Организација припреме производње (3). Управљање квалитетом (2). <i>Практична настава: Вежбе, Други облици наставе, Студијски истраживачки рад</i> <ul style="list-style-type: none"> - Основни показатељи организације пољопривредне производње. (4) - Средства за производњу. (4) - Оцена економског успеха. (4) - Планирање и анализа у пољопривреди. (4) - Организација рада. (4) - Организација и економика хортикултурне производње. (10) 			
Израда семинарских радова из области које се раде на предавањима			
Литература:			
1. Влаховић Б.: "Маркетинг пољопривредно-прехрамбених производа", Пољопривредни факултет, Нови Сад, 2004. 2. Милић, Д., Средојевић Зорица: Организација и економика пословања, Пољопривредни факултет, Нови Сад, 2004. 3. Бабовић Ј., Радојевић В.: Менаџмент, Аутори, Нови Сад, 2007.			
Број часова активне наставе			Остали часови
Предавање: 2x15=30	Вежбе: 2x15=30	Други облици наставе:	
Методе извођења наставе: Усмено, Power Point презентација, графоскоп			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	поена	Завршни испит	поена
- Семинарски рад (1)	10		
- Студија случаја (2)	10		
- Домаћи задатак (5)	20		
активност у току предавања		Тест (1)	30
практична настава		усмени испт	30
колоквијум-и		
семинар-и			