

<b>Назив предмета: Маркетинг и конкурентност пољопривредно-прехрамбених производа</b>		
<b>Наставник или наставници: Маја Р. Ђирић и Светлана Д. Игњатијевић</b>		
<b>Статус предмета: Обавезан</b>		
<b>Број ЕСПБ: 10</b>		
<b>Услов: 37 ЕСПБ</b>		
<b>Циљ предмета</b>		
<p>У оквиру овог предмета студент треба да унапреди знања о примени маркетиншких принципа у доношењу пословних одлука, као и о чиниоцима конкурентности пољопривредно прехрамбене производње/производа. Студент ће се упознати са начинима креирања маркетинг стратегије и маркетинг плана заснованих на научно утемељеним маркетинг истраживањима. Предмет треба да омогући студенту разумевање тржишта, потрошача, концепта, елемената и показатеља конкурентности, Портеровог модела и утицаја фактора на унапређење конкурентности. Циљ предмета је да студент овлада техникама истраживања тржишта, потрошача и конкурентности, како би се могла унапредити конкурентност пољопривредно прехрамбених производа и обезбедити дугорочно позиционирање на циљном тржишту. Такође, предмет треба да омогући студенту разумевање законитости и природу промена међународних пољопривредних тржишта, истраживање питања која се односе на одређивање пољопривредних трговинских образаца и да схвате значај трговинске и домаће политике у одређивању конкурентности на тржишту.</p>		
<b>Исход предмета</b>		
<p>- студенти докторских студија могу самостално стварати формалне описе различитих конкурентних окружења у којима раде тржишни учесници. На крају курса студенти ће бити оспособљени да дефинишу детерминанте конкурентности пољопривредно прехрамбених производа. Студенти ће бити оспособљени да истраже, анализирају и предложе различите маркетиншке активности које се одвијају у процесу производње и пласирања производа, као и да на аналитички начин приступе решавању практичних проблема; Упознају и дискутују о трендовима у понашању потрошача и тржишта пољопривредних производа, политикама, трговинским баријерама и међународним организацијама и споразумима; Процене, предвиде и предложе решења одговарајућег проблема из домена маркетинга и конкурентности пољопривредних производа.</p>		
<b>Садржај предмета</b>		
<i>Теоријска настава</i>		
<p>Планирање, имплементација и контрола маркетинг стратегије; Тржишно оријентисане стратегије и сегментација; Стратегија тржишног таргетирања; Стратегија диференцирања понуде; Стратегија позиционирања; Детерминанте конкурентности и глобалног окружења; Потреба за наступом на међународном тржишту, анализа тржишног вишка и анализа увозне и извозне статистике; Портеров дијамант; Анализа индекса конкурентности: Интер и интраиндустријска размена и специјализација, Компаративна предност извоза, промене у тржишној оријентацији и промене у структури извоза; Анализа и компарација конкурентности пољопривредно прехрамбених производа европских земаља и Србије; Пирамида конкурентности, ценовна и неценовна конкурентност; Знање, технологија, инвестиције, ИТ решења и други фактори унапређења конкурентности предузећа и пољопривредно прехрамбених производа; Бренд менаџмент; Стратегија канала дистрибуције; Стратегијска улога цена; Стратегија промоције; Интернет маркетинг стратегије.</p>		
<i>Практична настава</i>		
Анализа научно стручних радова, извештаја, публикација.		
<b>Препоручена литература</b>		
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Chernev, A., Kotler, Ph., <i>Strategic Marketing Management, 8th Edition, Cerebellum Press USA, 2014.</i></li> <li>2. Сударевић, Т., Влаховић, Б. <i>Маркетинг у агробизнису</i>, Економски факултет, Нови Сад, 2018.</li> <li>3. Porter, M., <i>The Competitive Advantage of Nations</i>, Palgrave, 1990.</li> <li>4. Porter, M., <i>Konkurentnska prednost: ostvarivanje i očuvanje vrhunskih poslovnih rezultata</i>, Asee, 2007.</li> <li>5. Hill, C., <i>International Business: Competing in the Global Marketplace</i> 8E, McGraw-Hill Higher Education, McGraw Hill, NY, 2011.</li> <li>6. Richards, M., <i>Social Media: Dominating Strategies for Social Media Marketing with Twitter, Facebook, Youtube, LinkedIn, and Instagram</i>, Ebook, 2015.</li> <li>7. Ignjatijević, S. &amp; Cvijanović, D. (2017) <i>Exploring the global competitiveness of agri-food sectors and Serbia's dominant presence: emerging research and opportunities</i>, Publisher: IGI Global, Hershey, PA: Business Science Reference (an imprint of IGI Global)</li> <li>8. Pocoli, C., Ignjatijević, S., Cavicchioli, D. (2017). <i>Production and Trade of Honey in Selected European Countries: Serbia, Romania and Italy, Honey Analysis</i>, InTech.</li> </ol>		
<b>Часописи-научна периодика:</b>		
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Lee, S. M., &amp; Peterson, S. J. (2001). Culture, entrepreneurial orientation, and global competitiveness. <i>Journal of world business</i>, 35(4), 401-416.</li> <li>2. Ferto, I. (2015). Horizontal intra-industry trade in agri-food products in the enlarged European Union. <i>Studies in Agricultural Economics</i>, 117(2), 86-92.</li> <li>3. Carraresia, L., &amp; Banterle, A. (2015). Agri-food Competitive Performance in EU Countries: A Fifteen-Year Retrospective. <i>International Food and Agribusiness Management Review</i>, 18(2), 37.</li> <li>4. Ignjatijević, S., Milojević, I., Cvijanović, G. &amp; Jandrić, M. (2015) Balance of Comparative Advantages in Processed Food Sector of the Danube Countries, <i>Sustainability</i>, 7, 6976-6993.</li> <li>5. Vapa-Tankosić, J., Ignjatijević, S., Kranjac, M., Lekić, S. &amp; Prodanović, R. (2018). Willingness to pay for organic products on the Serbian market. <i>International Food and Agribusiness Management Review</i>, 1-12.</li> <li>6. Sudarevic, T., Radojevic, P., &amp; Lekovic, J. (2015). The standardization/adaptation dilemma in agri-food exporters marketing strategies. <i>British Food Journal</i>, 117(11), 2739-2756.</li> <li>7. Ćirić M., Carić M., Kuzman B., Zekavica A. (2018). Farmer innovativeness and its impact on Internet and social media adoption, <i>Economics of Agriculture</i>, 65 (1); 243-256.</li> <li>8. Ćirić, M., Prodanović, R. 2013. Strategija pozicioniranja organskih prehrambenih proizvoda, <i>Ekonomija- teorija i praksa</i>, 6 (3); 33 - 48.</li> </ol>		
Број часова активне наставе	Теоријска настава: 4 x 15 = 60	Студијски истраживачки рад: 3 x 15 = 45
<b>Методе извођења наставе</b>		
Предавања, семинари и самостални задаци, консултације и менторски рад.		
<b>Оцена знања (максимални број поена 100)</b>		
Активност у току предавања	20 поена	
Семинарски рад	30 поена	
Завршни испит	50 поена	