

Menadžment u agrobiznisu

I deo

1. Pojam i funkcija menadžmenta
2. Vrste menadžmenta u agraru
3. Specifičnosti proizvodnog procesa u agraru
4. Specifičnosti upravljanja zemljištem
5. Specifičnosti upravljanja dugogodišnjim zasadima
6. Specifičnosti upravljanja stočnim fondom
7. Specifičnosti upravljanja ostalim materijalnim resursima poljoprivredne proizvodnje – putevi i melioracije
8. Specifičnosti upravljanja ostalim materijalnim resursima poljoprivredne proizvodnje – građevinski objekti
9. Specifičnosti upravljanja ostalim materijalnim resursima poljoprivredne proizvodnje – poljoprivredne mašine i transportna sredstva
10. Specifičnosti upravljanja ostalim materijalnim resursima poljoprivredne proizvodnje – obrtna sredstva i ambalaža
11. Pojam i razvoj marketinga u agroprivredi
12. Poslovno-filozofski, sistemski i funkcionalni marketing
13. Marketing strategija poljoprivrednih proizvođača
14. Finansijski menadžment u agroprivredi - definisanje i funkcionalne oblasti
15. Specifičnosti finansijskog upravljanja na porodičnom gazdinstvu
16. Specifičnosti finansijskog upravljanja u poljoprivrednim preduzećima
17. Nastanak i razvoj robnih derivata
18. Učesnici u terminskoj trgovini
19. Terminski ugovori – forvard, fjučers, opcija
20. Skladišnica kao preduslov razvoja terminske trgovine

II deo

1. Strateško planiranje na farmi
2. Veličina poljoprivrednih organizacija na različitim nivoima integrisanosti
3. Intenzivnost poljoprivredne proizvodnje
4. Specijalizacija u poljoprivrednoj proizvodnji
5. Specifičnosti upravljanja resursno-ograničenim gazdinstvom
6. Upravljanje agroprivredom kao celinom – strateško planiranje
7. Upravljanje agroprivredom kao celinom – organizovanje agrarnog sektora
8. Upravljanje agroprivredom kao celinom – rukovođenje (koordinacija) i monitoring
9. Mere agrarne politike - klasifikacija
10. Mere agrarne politike – zemljišna politika
11. Ekonomske mere agrarne politike
12. Tehničko-tehnološke mere agrarne politike
13. Organizaciono-administrativne mere agrarne politike

III deo

1. Poljoprivredni klasteri – definisanje i organizaciona mreža
2. Organizacija poljoprivrednih klastera u razvijenim zemljama i zemljama u razvoju
3. Efekti klasterskog umrežavanja
4. Preduslovi za razvoj klastera u ruralnim oblastima
5. Konceptije poslovanja privrednih subjekata – proizvodna koncepcija I koncepcija proizvoda
6. Konceptije poslovanja privrednih subjekata – prodajna koncepcija I marketing koncepcija
7. Koncepcija društvenog marketinga
8. Karakteristike marketing koncepta
9. Marketing strategija
10. Analiza situacije – SWOT analiza
11. Instrumenti marketing MIKS-a
12. Uvođenje proizvoda na tržište
13. Životni ciklus proizvoda
14. Portfolio koncept proizvoda
15. Kvalitet i standard proizvoda – definisanje
16. ISO i HACCP
17. Global G.A.P., IFS i BRC
18. Halal I Kosher
19. GOST R
20. Ambalaža I pakovanje proizvoda
21. Obeležavanje proizvoda
22. Ime proizvoda
23. Priroda, čovek, društvo I tehnologija
24. Integrativnost karaktera upravljanja tehnologijom
25. Ciljevi menadžmenta tehnologije
26. Upravljanje novim tehnologijama u poljoprivredi-GIS <http://www.ekof.bg.ac.rs/wp-content/uploads/2014/10/Rad-162.pdf>
27. Strategije prilagođavanja poljoprivrednog sektora klimatskim promenama http://www.seerural.org/wp-content/uploads/2009/05/01_KLIMATSKE-PROMENE-Izazovi-za-poljoprivredu.pdf