

Табела 5.2. Спецификација предмета на студијском програму мастер студија

Студијски програм: Мастер студије за технологије, менаџмент и пројектовање намештаја и производа од дрвета			
Назив предмета: МЕЂУНАРОДНИ МАРКЕТИНГ ПРОИЗВОДА ОД ДРВЕТА			(ТМПМ211Е1)
Наставник и сарадници: Главоњић Д. Бранко , Облак З. Леон , Pettenella M. Davide Славица М. Петровић			
Статус предмета: Изборни (I семестар) Подмодул: ТРГОВИНА ДРВЕТОМ И ЕКОНОМИКА ДРВНЕ ИНДУСТРИЈЕ			
Број ЕСПБ: 8			
Услов: општи услови			
Циљ предмета: Стицање знања која се односе на извозни маркетинг, ефекте и мотиве извоза и увоза производа од дрвета и стратегије уласка предузећа на инострана тржишта представљају основни циљ предмета.			
Исход предмета: Располагање знањима која омогућавају разумевање процеса глобализације са свим њеним позитивним и негативним ефектима и с тим у вези решавање проблема и задатака у спољнотрговинском промету производа од дрвета. Посебан исход предмета састоји се у знањима везаним за дефинисање и спровођење стратегије уласка предузећа на инострана тржишта као и познавању улоге и значаја свих учесника у извозним пословима с посебним освртом на систем продаје и маркетинг канале дистрибуције производа од дрвета на појединим тржиштима.			
Садржај предмета <i>Теоријска настава</i> Глобализација и међународно окружење. Појам, значај и улога међународног маркетинга у процесу глобализације тржишта намештаја и производа од дрвета. Међународни маркетинг микс намештаја и производа од дрвета. Потенцијалне користи од извозног маркетинга. Ефекти извоза. Избор извозног тржишта. Мотиви извоза. Стратегија уласка предузећа на инострана тржишта. Стратегије ширења извозних тржишта. Фактори од значаја за избор метода. Маркетинг микс у извозу производа од дрвета из Србије. Директан и индиректан извоз производа од дрвета и улога трговачких компанија, брокера, агената и осталих учесника у извозним пословима. Ефекти увоза и звоза. <i>Практична настава:</i> обавља се у најмање три компаније које се баве извозом различитих категорија производа од дрвета са циљем стицања практичних знања и искустава у дефинисању, спровођењу, проблемима и ефектима извозног маркетинга.			
Литература 1. Juslin H., Hansen E. (2003): Strategic Marketing in the Global Forest Industries (odabrana poglavlja) 2. Kotler Philip (2009): Принципи маркетинга (одабрана поглавља), МАТЕ, Београд 3. Kotler Philip (2005): Kako stvoriti, osvojiti i gospodariti tržištima, Адигес, Београд			
Број часова активне наставе: 6			Остали часови
Предавања: 3	Вежбе: 3	Други облици наставе: Студијски истраживачки рад:	
Методе извођења наставе: Предавања, вежбе, студијска пракса, студијски истраживачки рад.			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	поена	Завршни испит	поена
активност у току предавања	5	писмени испит	
практична настава	20	усмени испит	50
колоквијум-и		
семинар-и	25		