

Табела 5.2. Спецификација предмета на студијском програму основних студија

Студијски програм/студијски програми: ТЕХНОЛОГИЈЕ, МЕНАџМЕНТ И ПРОЈЕКТОВАЊЕ НАМЕШТАЈА И ПРОИЗВОДА ОД ДРВЕТА			
Врста и ниво студија: Основне академске студије (I степен)			
Назив предмета: МАРКЕТИНГ ПРОИЗВОДА ОД ДРВЕТА			
Наставник (Презиме, средње слово, име): <a href="#">Главоњић Д. Бранко</a> , <a href="#">Pettenella M. Davide</a> , <a href="#">Петровић М. Славица</a>			
Статус предмета: Изборни (V семестар)			
Број ЕСПБ: 6			
Услов: општи услови			
Циљ предмета: Оспособљавање студената за успешно руковођење маркетинг активностима предузећа која се баве производњом намештаја и производа од дрвета.			
Исход предмета: Располагање знањима за рад на пословима истраживања тржишта, анализе стања и трендова на домаћем и међународном тржишту намештаја и производа од дрвета, анализе конкурентности, промоције, дистрибуције и осталих елемената маркетинг микса за производе од дрвета.			
Садржај предмета: <i>Теоријска настава:</i> Појмовно одређење и дефиниција маркетинга. Појава и развојне фазе маркетинга као пословног концепта. Утицај потреба на настанак и развој маркетинга. Тржиште. Анализа тражње и продаје производа од дрвета. Потребе. Појам и начини задовољења потреба потрошача за различитим категоријама производа од дрвета. Маркетинг микс предузећа у дрвној индустрији. Инструменти маркетинг микса: производ, цена, промоција и дистрибуција. Производ као елемент маркетинг микса. Подела и појмовно одређење производа од дрвета према ФАО класификацији. Обележја производа примарне прераде дрвета. Обележја намештаја и производа финалне прераде дрвета (дизајн, функционалност, боја, квалитет, гаранција и сервис, паковање производа). Робна марка производа. Цена као елемент маркетинг микса. Појам, врсте и значај цена са становишта маркетинга. Развој цена резане грађе, фурнира и плоча на бази дрвета из умерене и тропске климатске зоне. Развој цена производа примарне прераде дрвета у Србији за последњих десет година. Промоција као елемент маркетинг микса. Тржишни информациони систем за производе од дрвета. Дистрибуција као елемент маркетинг микса. Канали дистрибуције резане грађе у САД и Немачкој. Канали дистрибуције производа примарне прераде дрвета у Србији. Канали дистрибуције намештаја у Србији. Канали дистрибуције намештаја у Италији, Француској, Немачкој и Великој Британији (подела, карактеристике и заступљеност). Конкурентност као елемент маркетинга. Ценовна и неценовна конкурентност производа од дрвета. Фактори конкурентности производа од дрвета на различитим тржиштима. Животни циклус за изабране производе од дрвета. Сертификација као инструмент маркетинга. Појмовно одређење, значај и потреба сертификације производа од дрвета. <i>Вежбе:</i> Истраживање тржишта намештаја и производа од дрвета: сегментација тржишта, методе истраживања тржишта, узорак, писање и презентација резултата истраживања. Практична настава се спроводи у предузећима дрвне индустрије на територији града Београда у оквиру које студенти применом одговарајућих метода и техника врше прикупљање података за израду семинарског рада у складу са добијеном темом.			
<b>Литература</b>			
1. Главоњић Б. (2008): „Маркетинг у преради дрвета“, Шумарски факултет, Београд (скрипта) 2. Орешчанин Д., Реџић А. (1992): „Трговина дрветом“, (први део) 3. Juslin H., Hansen E. (2003): Strategic Marketing in the Global Forest Industries (odabrana poglavlja)			
<b>Број часова активне наставе:</b>			Остали часови
Предавања: 2	Вежбе: 2	Други облици наставе : Студијски истраживачки рад: -	
<b>Методе извођења наставе:</b> предавања, вежбе, практична настава			
<b>Оцена знања (максимални број поена 100)</b>			
<b>Предиспитне обавезе</b>	<b>поена</b>	<b>Завршни испит</b>	<b>поена</b>
активност у току предавања	5	писмени испит	
практична настава		усмени испит	50
колоквијум-и			
семинар-и	45		