Пун назив	Маркетинг					
Скраћени назив	Статус	Семестар	ЕСПБ	Фонд часова (П+А+Л)		
	Изборни	VI	4	2	1	0
Шифра предмета	ШИ-3-31и					
Школска година од које се програм реализује	*2014/2015*					

Врста и ниво студија, студијски програми:
Академски студиј шумарства, први циклус студија, студијски програм: шумарство; смјер: општи

Условљеност другим предметима: *Нема услова пријављивања и слушања предмета*

Циљеви изучавања предмета:
Циљ маркетинга: *упознавање са појмом и функцијама маркетинга на тржишту који се односи на дрвне и НДШП, као и робним маркама и сертификацијом, који имају значајаног утицаја на маркетинг робе*
Садржај предмета*: (1) Маркетинг концепт (2) Принципи и развој маркетинга, (3) Е-пословање, Врсте маркетинга (4) Методе и технике маркетинга (5) Тржиште, циљнг тржиште и сегментација, (6) Позиционирање производа (7) Производ (8) Дистрибуција (9) Цена (10) Промоција (11) Управљање маркетингом (12) Маркетинг окружење (13) Брендирање шумских производа (14) Сертификација, сертификат (15) Маркетинг дрвних шумских производа, НДШП*
Практична настава: *Располагање знањима да успешно решавају задатке и проблеме из области маркетинга и пласмана производа шумарства.*

Име и презиме наставника и сарадника:

Метод наставе и савладавање градива: *Настава се изводи у облику предавања, аудиторних вежби, семинарских радова, тестова, консултација, колоквијума и испита*

Садржај предмета по седмицама:

1	*Маркетинг концепт*
2	*Принципи и развој маркетинга, информационе технологије и маркетинг*
3	*Е-пословање, Врсте маркетинга*
4	*Методе и технике истраживања: Бенчмаркинг, SWOT*
5	*Тржиште: Дефинисање циљног тржишта и сегментација, Диференцирање тржишта*
6	*Позиционирање производа*
7	*Производ: диференцирање, типови, асортиман, квалитет, р. марка, дизајн,животни циклус*
8	*Дистрибуција: канали, избор, физичка дистрибуција, логистика*
9	*Цена:стратегија и методе формирања, диференцирање*
10	*Промоција: микс промоције, односи с јавношћу*
11	*Управљање маркетингом: планирање, примена и контрола , маркетинг стратегија*
12	*Маркетинг окружење: макро и микро*
13	*Брендирање шумских производа, појам и карактеристике бренда*
14	*Сертификација и њена маркетиншка функција шумарству, сертификација шума и НДШП*
15	*Маркетинг дрвних шумских производа &НДШП*

Оптерећење студента по предмету:

Недељно:	***У семестру:***
Кредитни коефицијент к=4/30=0,133.	***Укупно оптерећење за предмет:*** *4 x 30 =* ***120 сати***
Недељно оптерећење: *=0,133x40 сати=5,32 сати*	*Активна настава:3 x15= 45* ***сати*** *предавања и вјежби,*
	Континуална провера знања: 12 сати
	Завршна провера знања: 5 сати
	Самосталан рад*: учење, консултације* ***103 сати***

Обавезе студента: *Студенти су обавезни да слушају предавања, да редовно присуствују вежбама, да раде тестове, семинарске радове и редовно долазе на консултације*

Литература: *Ранковић Н., Кеча Љ. (2011): Трговина и маркетинг шумских производа, Универзитет у Београду - Шумарски факултет, Београд ISBN 978-86-7299-185-7*

Облици провере знања и оцењивање: *Присуство и активност на настави и вежбама до 10 бодова, семинарски рад са практичним радом и презентовањем истог 25, тест доноси до 25 бодова, завршни испит носи до 40 бодова. Пролазна оцена се добије ако се сакупи 51 или више бодова.*

Посебна напомена за предмет: