

**Табела 5.1** Спецификација предмета на студијском програму докторских студија

<b>Назив предмета: ТРГОВИНА И МАРКЕТИНГ ШУМСКИХ ПРОИЗВОДА</b>		
<b>Наставник или наставници:</b> <a href="#">др Кеча Љиљана</a>		
<b>Статус предмета:</b> Изборни		
<b>Број ЕСПБ:</b> 20 (двадесет)		
<b>Услов:</b> Уписане докторске студије из области „Шумарство - Шумарска политика, економика и организација шумарства и трговина шумским производима“ и положени испити из свих обавезних предмета.		
<b>Циљ предмета:</b> Треба да пружи потребна знања из области промета дрветом и осталим шумским производима, чиме се омогућава да се на тржишту на најбољи начин валоризује производни програм, односно упућује у методе и технике трговине шумским производима, трговачку документацију и институције које учествују у промету шумских производа. Да упутује у теорију и праксу обављања економских и трговачко-пословних активности, посебно за маркетинг (производ, цена, дистрибуција, промоција), стандардизацију и брендирање дрвних и недрвних производа шумарства.		
<b>Исход предмета:</b> Знања везана за продају дрвета и примену техника трговине дрветом, за познавање трговачке документације (познавање врста уговора, начина склапања и реализације), познавање улоге и врсте банака и њихова улога у плаћању при реализацији трговачких уговора и познавање распореда шумских ресурса и светског дрвног тржишта (производња и потрошња дрвета и главни токови трговине дрветом и осталих шумских производа). Располагање знањима да успешно решавају задатке и проблеме из области маркетинга производа шумарства.		
<b>Садржај предмета:</b> <u>Теоријска настава</u> Три основна дела - облици продаје дрвета и техника трговине дрветом, трговачка документација и банке и њихова улога у промету шумских производа. У првом делу се уче основни облици продаје шумских производа и технике продаје шумских сортимената и других шумских производа, са посебним нагласком на лицитације у шумарству. У другом делу материје изучавају се уговори и остала документација, везана за купопродају дрвета, затим међународне трговинске коморе, арбитраже и решавање рекламација у међународној трговини дрветом, као и о улога и функције банака у трговини дрветом. Промене у сектору шумарства везаном за трговину производина у свету, по регионима. У трећем делу се изучава распоред шумских појасева на планети и шумски екорегioni, као и дрвно тржиште, односно светска производња и потрошња дрвета и главни токови трговине дрветом и осталих производа шумарства. Основе маркетинга - појам и главне функције маркетинга, маркетинг микс (производ, цена, дистрибуција, промоција, програм производње и асортиман производа, купци као елемент маркетинга, маркетинг информациони систем), Управљање маркетингом и маркетинг активности - организација маркетинга, типови маркетиншких организација, планирање, организовање и контрола маркетинг активности, Маркетинг у шумарству - маркетинг истраживања у шумарству, врсте шумских производа и маркетинг, истраживање понашања и мотива купаца шумских производа, промоција и дистрибуција шумских производа, Тржиште шумских производа у функцији маркетинга - анализа домаћег и светског тржишта шумских производа са аспекта примене маркетинга, анализа и предвиђање тражње и продаје шумских производа са аспекта примене маркетинга, лицитације као облик продаје дрвета и маркетинг, <u>Практична настава</u> Обрада изабране теме кроз семинарски рад, припрема и презентација садржаја, дискусија са наставницима и другим докторандима.		
<b>Препоручена литература:</b> Ранковић Н., Кеча Љ. (2011): Трговина и маркетинг шумских производа, Универзитет у Београду - Шумарски факултет Орешчанин Д., Реџић А. (1994): Трговина дрветом, I део, Шумарски факултет Универзитета у Београду Tassoni L. (Ed.). (2012). Illegal Logging: Law Enforcement, Livelihoods and the Timber Trade. Routledge. Bowyer J.L. (2007): Forest Products and Wood Science: An Introduction, Wiley-Blackwell Peck T. (2001): The International Timber Trade, Woodhead Publishing Sinclair S.A. (1992): Forest Product Marketing, McGraw Hill, Inc. Juslin H., Hansen E. (2003): Strategic marketing in the global forest industries, Authors academic press, Cornvallis		
Број часова активне наставе	Теоријска настава: 6	<b>Практична настава:</b>
<b>Методe извођења наставе:</b> Настава се изводи путем предавања и консултација. За теоријска излагања у настави се у значајној мери користе савремена визуелна и друга наставна средства. Провера стечених знања врши се на крају I семестра кроз одбрану семинарског рада, чиме се потврђује да је кандидат савладао теоријска и практична знања предвиђена наставним планом. <b>Предиспитне обавезе - семинарски рад (3 ЕСПБ), испитне обавезе - усмена одбрана израђеног семинарског рада (5 ЕСПБ).</b>		
<b>Оцена знања (максимални број поена 100)</b> активност у току предавања: <b>10</b> семинари: <b>40</b> усмени испит: <b>50</b>		