

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

<b>Назив предмета:</b> Друштвени маркетинг и менаџмент извоза намештаја и производа од дрвета		
<b>Наставник или наставници:</b> Проф. др Бранко Главоњић, проф. др Леон Облак		
<b>Статус предмета:</b> изборни		
<b>Број ЕСПБ:</b> 14		
<b>Услов:</b> Да је уписао докторске студије и изабрао предмете који се односе на област Трговина дрветом и економика дрвне индустрије и успешно савладао материју која се изучава у оквиру предмета Методологија НИР-а и Технике НИР-а.		
<b>Циљ предмета</b> Циљ курса је да се студенти упознају са појмовним одређењем, улогом и факторима друштвеног маркетинга који су од значаја за менаџмент извоза намештаја и производа од дрвета.		
<b>Исход предмета</b> Овладавње знањима о значају, улози и утицају најзначајнијих друштвених фактора на маркетинг и менаџмент и извоза намештаја и производа од дрвета.		
<b>Садржај предмета</b> <i>Теоријска настава</i> Садржај курса је тако конципиран да обрађује утицај најзначајнијих фактора друштвеног маркетинга на менаџмент извоза намештаја и производа од дрвета на потенцијална тржишта и то: друштвено-економских, културолошких, демографских и структурних фактора. У оквиру сваке од наведених група обрађује се значај, улога и утицај сваког појединачног фактора на менаџмент извоза. У посебном делу курса обрађује се значај друштвеног маркетинга као инструмента стратешког карактера за компаније које се баве извозом производа од дрвета (стратешко планирање, анализа ценовне и неценовне конкурентности и др.).  <i>Практична настава</i> : Кроз изабране студије случаја (case study) биће обрађивани утицаји различитих фактора друштвеног маркетинга на менаџмент извоза изабраних компанија дрвне индустрије. У том смислу кроз студијски истраживачки рад буће спровођена истраживања у складу са задатом темом.		
<b>Препоручена литература</b> 1. Hansen E. (2011): Strategic Marketing in the Global Forest Industries (odabrana poglavlja); Oregon State University, SAD (odbarana poglavlja) 2. Kotler F., Vong V., Sonders Dž., Armstrong G.: (2009): Принципи маркетинга, Мате, Београд (одбарана поглавља) 3. Albaum Gerald, Jasper Strandskov et al.: (2000): "INTERNATIONAL MARKETING AND EXPORT MANAGEMENT, Second Edition, Addison-Wesley Publishing Company, New York 4. Forest Products Annual Market Review (2015-2019): UNECE/FAO 5. Sinclair S. (1992): Forest Products Marketing, McGraw Hill, London;		
Број часова активне наставе	Теоријска настава: 6	Практична настава:
<b>Методe извођења наставе</b> Настава се изводи кроз модуле предавања/консултација који одговарају поглављима материје из овог курса. На крају првог блока наставе кандидати добијају тему (case study) из ове области и самостално раде семинарски рад у коме обједињавају стечена знања у току наставе као и знања до којих су дошли у току самосталних истраживања.		
<b>Оцена знања (максимални број поена 100)</b> Провера стечених знања врши се на крају семестра израдом и одбраном семинарског рада при чему се укупан број поена расподељује у односу: семинарски рад (60), усмена одбрана рада (40).		
Начин провере знања могу бити различити : (писмени испити, усмени испт, презентација пројекта, семинари итд.....		
*максимална дужна 1 страница А4 формата		