

**Табела 5.2.** Спецификација предмета на студијском програму МАС

<b>Студијски програм:</b> Технологије дрвета		
<b>Назив предмета:</b> Спољнотрговинско пословање и маркетинг предузећа у дрвној индустрији		
<b>Наставник/наставници:</b> <a href="#">Бранко Д. Главоњић</a> ; Предраг М.Сретенковић		
<b>Статус предмета:</b> Изборни		
<b>Број ЕСПБ:</b> 6		
<b>Услов:</b> Општи услови		
<b>Циљ предмета</b> Стицање знања која се односе на спољнотрговинско пословање, извозни маркетинг и стратегије уласка предузећа из дрвне и индустрије намештаја на инострана тржишта.		
<b>Исход предмета</b> Располагање знањима која омогућавају обављање послова из сфере међународног пословања, извоза и увоза производа од дрвета као и знањима везаним за најзначајније инструменте међународног маркетинга за поједине категорије производа од дрвета.		
<b>Садржај предмета</b> <i>Теоријска настава</i> Спољнотрговинско пословање: појам, карактеристике и специфичности. Међународно пословање предузећа у дрвној индустрији: уговарање спољнотрговинских послова, учесници у спољнотрговинском послу, платни промет са иностранством и инструменти плаћања у том промету, улога и значај међународних шпедиција у извозу и увозу производа од дрвета, ризици у спољнотрговинским пословима. Глобализација и међународно окружење. Маркетинг стратегије корпорација. Појам, значај и улога међународног маркетинга на глобалном тржишту намештаја и производа од дрвета. Међународни маркетинг микс за намештај и производе од дрвета. Потенцијалне користи од извозног маркетинга. Избор извозног тржишта. Мотиви извоза. Стратегије и модели уласка и позиционирања предузећа на инострана тржишта. Стратегије и модели ширења извозних тржишта. Карактеристике маркетинг микса извоза намештаја и производа од дрвета из Србије на главна извозна тржишта. Директан и индиректан извоз производа од дрвета и улога трговачких посредника, брокера, агената и осталих учесника у извозним пословима. <i>Практична настава</i> У зависности од склоности студенти бирају једну од две понуђене теме: спољнотрговинско пословање или извозни маркетинг. Теме се обрађују у најмање једном предузећу које се бави извозом различитих категорија производа од дрвета са циљем стицања практичних знања и искустава у спољнотрговинском пословању односно дефинисању, спровођењу, проблемима и ефектима извозног маркетинга.		
<b>Литература</b> 1. Главоњић Б., Петровић С. (2004): Трговина дрветом II, Шумарски факултет, Београд 2. Козомара Ј. (2001): Спољнотрговинско пословање, Економски факултет, Београд 3. Hansen E. (2011): Strategic Marketing in the Global Forest Industries (odabrana poglavlja); Oregon State University, SAD 4. Kotler Philip (2009): Принципи маркетинга (одабрана поглавља), МАТЕ, Београд 5. Kotler Philip (2005): Kako stvoriti, osvojiti i gospodariti tržištima, Адиджес, Београд 6. Главоњић Б. и др. (2016): Акциони план подршке дрвној индустрији Србије у извозу производа са високом додатом вредношћу, Канцеларија Уједињених нација за пројектне услуге (UNOPS) 7. Ловрета С., Кончар Ј., Петковић Г.(2005): Канали маркетинга, Економски факултет, Београд		
<b>Број часова активне наставе</b>	<b>Теоријска настава: 45</b>	<b>Практична настава: 45</b>

**Методe извођења наставe**

Предавања, вежбе, студијска пракса, истраживачки рад.

**Оцена знања (максимални број поена 100)**

Предиспитне обавезе	поена	Завршни испит	поена
активност у току предавања	5	писмени испит	
практична настава	10	усмени испт	65
колоквијум-и		.....	
семинар-и	20		