

Табела 5.2 Спецификација предмета

Студијски програм: Шумарство		
Назив предмета: Трговина и маркетинг шумских производа		
Наставник: <u>Љиљана М. Кеча</u>		
Статус предмета: Обавезан		
Број ЕСПБ: 2		
Услов: /		
Циљ предмета Да студенти разумеју појмове и односе у сфери робног промета, посебно из области трговине и маркетинга дрветом и недрвним шумским производима, и да омогући успешно планирање и спровођење активности везаних за пласман тих производа на тржишту, као и овладавање техникама за спровођење истраживања тржишта. Поред тога, студентима се настоје приближити концепти биономије и циркуларне економије као савремени оквири за одвијање трговине и маркетинга области шумарства. Такође, студенти ће бити оспособљени за употребу званичних база података (Trade map, FAO, Eurostat и сл.) за потребе израде својх семинарских радова и спровођење истраживања тржишта одређених категорија (шумских) производа.		
Исход предмета Располагање знањима која омогућавају да се успешно решавају задаци и проблеми из области трговине и робне размене у области шумарства, односно да се на тржишту на најбољи начин валоризује производни програм. Сечена теоријска и практична знања кроз интерпретацију наставног садржаја са проблемским приступом, добијање нових знања о трговини и маркетингу шумским производима. Упознавање са концептом биономије и циркуларне економије и овладавањем приступом и коришћењем званичних база података и техникама истраживања тржишта.		
Садржај предмета <i>Теоријска настава</i> Облици продаје дрвета (лицитације - врсте, оглашавање, учесници, спровођење, комплот, субмисије и продаја по шумској такси, продаја по ценовнику, дугорочни уговори), Унутрашњи робни промет (појам, врсте и актери унутрашње трговине, развој трговачке мреже унутрашње трговине дрветом и производима од дрвета), Спољнотрговински промет (структура и облици спољнотрговинског промета, историјски развој спољне трговине, режими спољне трговине и мере ограничења - стимулације, рестрикције, компензације, либерализација и стимулација извоза, везани спољнотрговински послови, послови дораде/оплемењивања и реекспорта, органи и установе у спољној трговини), Царине и шпедиција (појам, функције, врсте и улога, царинско подручје, царинска тарифа, царинске уније и контрола, појам, функције и улога шпедиције), Техника трговине дрветом (уговори о купопродаји, уговори о трговинском заступању, форме, значење појединих елемената, међународне трговинске коморе, арбитража и решавање рекламација у међународној трговини дрветом, акредитив - појам, значај и врсте акредитива, трговачка документа - транспортна документа, царинска документа, документа о осигурању робе, уверења и атести), Банке и банкарски послови, Примена стандарда у трговини дрветом, INCOTERMS правила у међународној трговини дрветом, Међународно тржиште производа шумарства, Трговинаска политика и правна регулатива (EU Timber Regulation), Међународне пословне организације, Политика развоја малих и средњих предузећа у трговини шумским производима, као и пословни и развојни потенцијал трговине Србије у сектору шумарства. Појам, врсте и функције маркетинга, методе и технике истраживања маркетинга, еволуција маркетинга и однос са шумарским сектором, 3. Маркетинг активности (тржиште, производ, дистрибуција, цена, промоција, управљање маркетингом, маркетинг окружење) и примери добре праксе 4. Маркетинг шумских производа (брендирање, сертификација и њена маркетиншка функција у шумарству, маркетинг дрвних шумских производа, маркетинг недрвних шумских производа). 5. Посебна анализа оријентације производња-пласман, купац-маркетинг, кроз практичне примере из анализе тржишта шумским производима. Концепт 4П/5П маркетинга. Животни циклус производа. B2B и C2C модели пословања. 6. Упознавање са концептом биономије и циркуларне економије, као и производњом везаном за природне (шумске) ресурсе. 7. Истраживање тржишта дрвних и недрвних шумских производа. <i>Практична настава /</i>		
Литература		
Ранковић Н., Кеча Љ. (2011): Трговина и маркетинг шумских производа, Универзитет у Београду - Шумарски факултет, Београд ISBN 978-86-7299-185-7		
Орешчанин Д., Рецић А. (1994): Трговина дрветом, I део, Шумарски факултет Универзитета у Београду		
Bjelić P. (2018): Međunarodna trgovina, Ekonomski fakultet, Beograd		
Keča Lj., Keča N., Marčeta M. (2015): Nedrvni šumski proizvodi, Socio-ekonomski i ekološki aspekti, Univerzitet u Beogradu, Šumarski fakultet (ISBN 978-86-7299-232-8), (270)		
Lamb C.W., Hair J.F., McDaniel C. (2013): Marketing, Data Status, Beograd (386)		
Kotler F., Vong V., Sonders Dž., Armstrong G. (2007): Principi marketinga, Mate, (932)		
Nunan D., Malhotra N.K., Birks, D.F. (2020): Marketing Research, Pearson UK, London (951)		
Smith-Hall C., Chamberlain J. (2022): The bioeconomy and non-timber forest products, Taylor & Francis, London, (77)		
Keswani C. (2020): Bioeconomy for sustainable development. Springer Nature Singapore Pte Ltd., (389)		
Sarstedt M., Mooi E. (2019): A Concise Guide to Market Research, The Process, Data, and Methods Using IBM SPSS Statistics, 3 rd Edition, Berlin, (396)		
Број часова	активне наставе: 30	Теоријска настава: 30 (предавања) Практична настава /

Методe извођења наставe

Предавања, дискусија на часовима, гостовање експерата, консултације, семинарски рад и студија случаја, презентације.

Оцена знања (максимални број поена 100)

Предиспитне обавезе	поена	Завршни испит	поена
активност у току предавања	10	писмени испит	20
практична настава		усмени испт	40
колоквијум-и		
семинар-и	30		