

Marketing u ribarstvu (246766)

Nositelj predmeta

[prof. dr. sc. Damir Kovačić](#)

Opis predmeta

Marketing i marketinška tehnika temelj su proizvodnje proizvoda i usluga u suvremenom gospodarstvu. Upoznati studente s teorijom i praksom marketinga stočarskih proizvoda s temeljnim metodama istraživanja marketinga.

Program: teorija tržišta i cijena, ustroj tržišta, svjetsko tržište poljoprivrednih proizvoda, tržištvo (marketing) u poslovanju stočarskih gospodarstava, pravci razvoja stočarske selekcije u svijetu s obzirom na razvoj tržišta, tržište stočarskih proizvoda, pariteti cijena sperme, marketing stočarskih proizvoda. Kakvoća, selekcija i marketinška strategija stočarskih proizvoda; marketinška strategija prodaje; marketinška strategija s obzirom na asortiman i pakiranje proizvoda; marketinška strategija s obzirom na cijene; promidžba stočarskih proizvoda; marketinška strategija s obzirom na prodajne kanale i potrošačke segmente stočarskih proizvoda.

ECTS: **3.00**

Engleski jezik: **R1**

E-učenje: **R2**

Sati nastave: 15

Predavanja: 6

Laboratorijske vježbe: 2

Seminar: 7

Izvođač predavanja

- [prof. dr. sc. Damir Kovačić](#)

Ocjenjivanje

Dovoljan (2):

Dobar (3):

Vrlo dobar (4):

Izvrstan (5):

Vrsta predmeta

- Poslijediplomski studij / Sveučilišni specijalistički studij / [Ribarstvo](#) (Izborni predmet, 2. semestar, 1. godina)

Opće kompetencije

Programa modula omogućuje studentima stjecanje temeljnih znanja iz marketinške teorija i praktičnih znanja potrebnih za izradu jednostavnog marketinškog plana. Program modula je osnova za nastavak obrazovanja na diplomskom studiju Agrobiznis i ruralni razvitak.



Oblici nastave

- Predavanja
- Seminari
- Vježbe

Ishodi učenja i način provjere

Ishod učenja	Način provjere
Definirati osnovne marketinške koncepte Provesti jednostavne marketinške analize Definirati politiku proizvoda, cijena, distribucije i komunikacije Definirati marketinški problem i dati prijedlog rješenja	Usmeni ispit

Obvezna literatura

1. Kolega A. (1994): Tržništvo poljodjelskih proizvoda. Globus, Zagreb
2. Kolega A., Božić M. (2001): Hrvatsko poljodjelsko tržište. Tržništvo, Zagreb
3. Kolega A. i sur. (1989): Marketing proizvoda Središnjeg zavoda za razmnožavanje domaćih životinja. Zagreb

Preporučena literatura

1. Kotler P. (1989): Upravljanje marketingom. Informator, Zagreb