Sveučilište u Zagrebu Agronomski fakultet
Svetošimunska cesta 25, 10000 Zagreb
Telefon: +385 (0)1 2393 777
E-mail: dekanat@agr.hr
Web: www.agr.unizg.hr

Marketing u ribarstvu (246766)

Nositelj kolegija

prof. dr. sc. Damir Kovačić

Opis kolegija

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, tržništvo (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 kolegija

- Poslijediplomski studij / Sveučilišni specijalistički studij / Ribarstvo (Izborni kolegij, 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.

Developed by Superfluo d.o.o. • www.superfluo.hr

Sveučilište u Zagrebu Agronomski fakultet
Svetošimunska cesta 25, 10000 Zagreb
Telefon: +385 (0)1 2393 777
E-mail: dekanat@agr.hr
Web: www.agr.unizg.hr

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

Developed by Superfluo d.o.o. • www.superfluo.hr