IZVEDBENI PLAN NASTAVE ZA PREDMET MARKETING POLJOPRIVREDNIH I PREHRAMBENIH PROIZVODA U AKADEMSKOJ 2026/2027. GODINI

Studijski program: Kontrola kvaliteta hrane i pića
Ciklus: II
Semestar: III
Ukupan broj sati: 30
Broj ECTS kredita: 3
Odgovorni nastavnik: Prof. dr Alejna Krilić

1. Ciljevi predmeta: Razumijevanje pojmova, principa, metoda i tehnika, te sticanje sistematiziranog znanja iz oblasti marketinga. Osposobljavanje studenta za istraživanje tržišta kroz prikupljanje podataka i dobijanje tržišnih informacija. Sticanje znanja o marketingu i njegovoj primjeni u poljoprivredi, razumijevanje marketinških koncepata i praktična primjena usvojenih teoretskih znanja. Sticanje općih i specijalističkih znanja iz oblasti makroekonomike i mikroekonomike poljoprivrede.

2. Nastavne aktivnosti:

A) Obavezne nastavne aktivnosti (prostorije fakulteta - 10 sati)

Predavanja: Marketing; Definiranje marketinga; Marketing kao filozofija, sistem i funkcija; Koncepcija marketinga. (2 sata).
Vježbe: Istraživanje tržišta; Potrebe za informacijama; Proces istraživanja;Definisanje problema(2sata)
Predavanja: Proizvod; Koncepcija proizvoda; Klasifikacija; Životni vijek; Razvoj proizvoda; Pozicioniranje (1 sat)
Parcijalni ispit (1 sat)
Predavanja: Distribucija; Kanali distribucije; Posrednici; Izbor distributivnog kanala; Promocija; Promocijski splet; (2 sata)
Predavanja: Cijene; Cjenovna i necjenovna konkurencija; Odabir politike cijena; Metode za određivanje cijena (2 sata)

B) Preostale nastavne aktivnosti (20 sati)

Seminarski rad: Digitalni marketing u prehrambenoj industriji (9 sati)
Projekat: Istraživanje tržišta (10 sati)
Prezentacija seminarskog rada i diskusija (1 sat)

3. Ishodi učenja:

- Definisati osnovne marketrinške koncepte
- Identificirati ključne karakteristike ponašanja potrošača na tržištu poljoprrivrednih i prehrambenih proizvoda
- Osmisliti temeljne elemente marketing strategije za određeni proizvod
- Definisati politike proizvoda, cijena, distribucije i promocije.

4. Metode izvođenja nastave:

- teorijska nastava putem prezentacija i interaktivne diskusije
- praktična nastava kroz vježbe

5. Metode provjere znanja:

- parcijalni ispit
- seminarski rad
- završni ispit

6. Pojašnjenje pojedinih kriterija provjere znanja i broja poena:

a) Parcijalni ispit se polaže pismeno i obuhvata nastavnu materiju koju je student slušao tokom prva dva predavanja (maksimalno 40 bodova).

b) Seminarski rad se prilaže u elektronskoj i pisanoj formi i prezentira na kraju semestra (maksimalno 15 bodova)

c) Završni ispit se polaže pismeno i obuhvata teoretska pitanja iz nastavne materije koju je student slušao nakon drugog predavanja (maksimalno 45 bodova). Integralni završni ispit mogu polagati studenti koji žele da poprave broj poena osvojenih tokom semestra.

7. Literatura

a) Obavezna:

Kukić, S., Bandur, K., Bevanda, V., Bjakušić M. S., Čutura, M., Jelčić, S., Kraljević S.S. (2007); Marketing. Sveučilište u Mostaru, Mostar

b) Dopunska:

Dibb, S., Simkin, L., Pride, M.W., Ferrell, O.C. (1991); Marketing. Mate. Zagreb