



Предметна програма

ТТФ –ПБ406/ НУТ406 Маркетинг на прехранбени производи

| | |
|--------------------|--|
| Студиска програма | Прехранбена технологија и биотехнологија / Нутриционизам |
| Ниво | Додипломски академски студии (прв циклус на академски студии) |
| Академска година | 4 година |
| Семестар | Зимски семестар |
| ЕКТС кредити | 6 кредити |
| Наставник | Вонр. проф. д-р Сашко Мартиновски |
| Јазик | Македонски |
| Цел | Цел: Запознавање на студентите со маркетинг процесот, маркетинг стратегијата, и со менаџирање на маркетинг информациите. Студентите да ги совладаат: маркетинг купувачката стратегија со посебен осврт на прехранбените производи, методите на развој на производ и дефинирање на цената на производите. Студентите да го осознаат значењето на рекламирањето и односите на јавноста. |
| Содржина | Содржина: Маркетинг и маркетинг процес. Маркетинг стратегија. Маркетинг средина. Менаџирање на маркетинг информациите. Купувачки водена маркетинг стратегија. Производ. Развој на производот. Цена. Рекламирање и односи со јавноста. Вежби: SWOT анализа, Модел на потрошувачко однесување на прехранбени производи, Купувачки водена маркетинг стратегија, производ и цена со осврт на прехранбени производи. |
| Материјал за учење | Поставено на moodle. |

План за реализација на наставата

| Бр. П. | Предавања | Вежби |
|--------|--|---|
| 1 | Што е маркетинг. Разлика помеѓу старо и ново маркетинг размислување. Основните елементи на маркетингот. | Вежба 1. SWOT анализа. |
| 2 | Актери во маркетинг средината. | -//- |
| 3 | Маркетинг информации и МИС. | Вежба 2. Модел на потрошувачко однесување. |
| 4 | Маркетинг микс. Сегментирање, таргетирање, диференцијација и позиционирање во купувачки водена маркетинг стратегија. | -//- |
| 5 | Интегриран маркетинг микс. Менаџирање со маркетинг миксот. | Вежба 3. Купувачки водена маркетинг стратегија. Сегментирање, таргетирање, диференцијација и позиционирање во купувачки водена маркетинг стратегија. |
| 6 | SWOT анализа. | -//- |
| 7 | Модел на потрошувачко однесување. | Вежба 4. Цена основана на трошок. Вежба во excel. |
| 8 | Типови на потрошувачкото однесување. Процес на донесување на купувачка одлука. | -//- |
| 9 | Производ од маркетиншка гледна точка. Брендирање на производот. | |
| 10 | Начинот на развој на нов производ и стратегии за долговечноста на производот. | |
| 11 | Цена на производ. | |
| 12 | Улога и начините на рекламирање. | |
| 13 | Односите со јавноста во маркетингот. | |