

Pomorski fakultet Kotor / Menadžment u pomorstvu / ISTRAŽIVANJE POMORSKOG TRŽIŠTA

Uslovljenost drugim predmetima	Nema uslova za prijavljivanje i slušanje drugih predmeta
Ciljevi izučavanja predmeta	Cilj ovog predmeta je da studente upozna sa mehanizmom funkcionisanja specifičnih pomorskih tržišta, kao i da usvoje znanja o procesu i metodologiji istraživanja tržišta sa akcentom na posebno područje primjene - pomorsko tržište.
Ime i prezime nastavnika i saradnika	Doc. dr Senka Šekularac Ivošević, mr Dragana Milošević
Metod nastave i savladanja gradiva	Predavanja i vježbe, učenje i izrada seminarskih radova, konsultacije.
I nedjelja, pred.	Uvod u organizaciju pomorskog tržišta. Pomoski transportni sistem, svjetska trgovačka flota, karakteristike tražnje za pomorskim prevozom, troškovi pomorskog transporta.
I nedjelja, vježbe	
II nedjelja, pred.	Model pomorskog tržišta. Činioci uticaja na tražnju za pomorskim prevozom. Ponuda pomorskog prevoza. Mehanizam formiranja vozarina u brodarstvu.
II nedjelja, vježbe	
III nedjelja, pred.	Četiri pomorska tržišta. Vozarinsko tržište (freight market).
III nedjelja, vježbe	
IV nedjelja, pred.	Tržište korištenih brodova (sale and purchase market)
IV nedjelja, vježbe	
V nedjelja, pred.	Tržište novogradnji (newbuilding market).
V nedjelja, vježbe	
VI nedjelja, pred.	Tržište dotrajalih brodova (demolition (recycling) market).
VI nedjelja, vježbe	
VII nedjelja, pred.	Osnovi predviđanja i istraživanja pomorskog tržišta.
VII nedjelja, vježbe	I kolokvijum
VIII nedjelja, pred.	Ključni elementi predviđanja i metodologija
VIII nedjelja, vježbe	
IX nedjelja, pred.	Proces istraživanja tržišta. Faze u pripremi izvještaja o pomorskom tržištu (Shipping market Report)
IX nedjelja, vježbe	
X nedjelja, pred.	Definisanje ciljeva i problema istraživanja
X nedjelja, vježbe	
XI nedjelja, pred.	Razvoj plana istraživanja tržišta. Analiza prošlih trendova.
XI nedjelja, vježbe	
XII nedjelja, pred.	Prikupljanje informacija (analiza konkurencije i stavova eksperata)
XII nedjelja, vježbe	
XIII nedjelja, pred.	Analiza informacija.
XIII nedjelja, vježbe	II kolokvijum
XIV nedjelja, pred.	Prezentovanje rezultata i donošenje odluka.
XIV nedjelja, vježbe	Popravni kolokvijum
XV nedjelja, pred.	Marketing informacioni sistem
XV nedjelja, vježbe	
Obaveze studenta u toku nastave	Studenti su obavezni da pohađaju nastavu, odrade seminarski rad i rade dva kolokvijuma.
Konsultacije	Utorkom, 12:00-14:00h
Opterećenje studenta u casovima	Nedjeljno 7 kredita x 40/30 = 9sati i 20minuta Predavanja: 3časa Vježbe: 1 čas 5 sata i 20 minuta samostalnog rada, uključujući konsultije. U toku semestra Nastava i završni ispit: (9sati i 20min.) x 16 = 149sata i 20min. Neophodne pripreme prije početka semestra (administracija, upis, ovjera) 2x (9 sati i 20 min.) =18 sati i 40 min. Ukupno opterećenje za predmet 7 x 30 =210 Dopunski rad za

	pripremu ispita u popravnom ispitnom roku, uključujući i polaganje popravnog ispita od 0 do 18 sati. Struktura opterećenja: 149sati i 20min. (Nastava) + 18 sati i 40 min. (Priprema) + 42 sati (Dopunski rad).
Literatura	1. Stopford, M., (2009), Maritime Economics, 3rd Edition, Routledge, London. 2. Šekularac-Ivošević, S., (2015), Istraživanje pomorskog tržišta, skripta, Fakultet za pomorstvo, Kotor. 3. Batalić, M., (2005), Poslovanje u brodarstvu, autorizovana predavanja, Pomorski fakultet, Split. 4. Kotler, Ph, Keller, K. (2006). Marketing menadžment, 12 izdanje, Data Status, Beograd. 5. Grdinić, M. (2003). Marketing u pomorstvu i pomorsko tržište. Fakultet za pomorstvo. Kotor. 6. Hanić, H. (2003). Istraživanje tržišta i marketing informacijski sistem, CID Ekonomskog fakulteta, Beograd.
Oblici provjere znanja i ocjenjivanje	1. I kolokvijum, od 0 do 25 poena; 2. II kolokvijum, od 0 do 25 poena; 3. Prisutnost predavanjima i vježbama do 5 poena; 4. Tačno urađeni seminarski rad do 10 poena; 3. Završni ispit, od 0 do 35 poena; Prelazna ocjena se dobija ako s
Posebne naznake za predmet	
Napomena	
Ishodi učenja	Ishodi učenja: 1. Razlikovati procese istraživanja i predviđanja tržišta. 2. Identifikovati četiri vrste pomorskog tržišta. 3. Opisati mehanizam formiranja vozarina u brodarstvu. 4. Definisati ključne činioce uticaja na ponudu i potražnju za pomorskim prevozom. 5. Analizirati faze u procesu istraživanja pomorskog tržišta. 5. Analizirati linijsko pomorsko tržište, pregovore oko vozarine, valutaciju flote.