

## PONUDA I NARUDŽBENICA ZA KNJIGU **MARKETING VINA U TEORIJI I PRIMJENI**



Problemi tržišta vina zahtijevaju tržišno ponašanje, a u tome nastojanju najviše im može pripomoći marketing kao poslovna koncepcija i način poslovnoga razmišljanja. Ova knjiga ima namjeru spojiti teoriju i marketinšku praksu jednoga, od čovjeku odavno najpoznatijega proizvoda, vina. Međutim, u ovoj se knjizi ne govori kako se proizvodi vino, kako se upravlja vinogradima i slično jer se to može pronaći u drugoj pristupačnoj relevantnoj literaturi. Žarište ove knjige, je isključivo ili gotovo isključivo, na marketingu vina i svim aktivnostima koje su u njega uključene. Zato je ova knjiga ponajprije namijenjena svima koji su na bilo koji način uključeni u zbivanja na tržištu vina; bilo kao proizvođači, veliki ili pak mali, bilo kao posrednici, odnosno sudionici u dobavljačkom lancu vina, ali jednako tako i kao potrošači vina, osobito oni koje zovemo vinoljupcima. Svi navedeni trebaju ovladati marketinškim znanjima pa je zato marketinška edukacija svih potencijalnih sudionika u provedbi marketinga vina nešto što se javlja kao imperativ.

### Iz sadržaja:

- Tržište vina i njegove osobitosti
- Ponašanje kupaca / potrošača vina
- Pokretanje marketinškog procesa
- Istraživanje tržišta vina
- Usmjeravanje ciljnim tržištima
- Vino kao proizvod
- Cijena vina
- Distribucija vina
- Promocija vina
- Organizacija marketinga vina
- Marketinška kontrola
- Suvremeni trendovi u marketingu

**Naklada:** 1 000 kom

**Opseg:** 472 str., meki uvez, višebojni tisak

**Format:** 17,0 x 24,0 cm

**Knjiga sadrži:** 54 tablice, 20 grafikona,  
87 slika i 258 bibliografskih jedinica

Dr. sc. **Marcel Meler**, professor emeritus, osim na matičnom Ekonomskom fakultetu u Osijeku, predaje ili je predavao marketinške predmete na poslijediplomskim studijima u Dubrovniku, Opatiji, Puli, Rijeci, Splitu i Zagrebu. Ukupno je objavio 255 znanstvenih i stručnih radova u zemlji i u 32 zemlje svijeta. Objavio je i osam samostalnih knjiga, te deset knjiga u suautorstvu. Član je uredništva britanskoga časopisa *Journal of Small Business & Enterprise Development*, član je EMAC (European Marketing Academy) i Aiest (International Association of Scientific Experts in Tourism). Odlikovan je odličjem Reda Danice Hrvatske s likom Ruđera Boškovića za osobite zasluge u znanosti 1996. godine.

Izv. prof. dr. sc. **Đuro Horvat** obavljao je različite menadžerske funkcije, kao i složene i odgovorne poslove u više gospodarskih subjekata. Jedan je od inicijatora osnivanja Udruženja vinogradara i vinara pri Hrvatskoj gospodarskoj komori kojemu je bio i prvi predsjednik. Glavni je direktor visokog učilišta EFFECTUS - studij financije i pravo u Zagrebu, te stalni sudski vještak za područje marketinga i tržišta. Autor je i suautor 57 znanstvenih i 39 stručnih radova kao i velikoga broja studija iz područja menadžmenta i marketinga, a posebno iz uži područja, kao što su marketing i tržište vina, novi organizacijski oblici – klasteri, te strategije konkurentnosti poduzeća. Objavio je dvanaest knjiga kao autor, suautor ili urednik.

Ovime neopozivo naručujemo knjigu **Marketing vina u teoriji i primjeni** u količini od \_\_\_ primjeraka po cijeni od 320,00 kn, PDV uključen u cijenu. Plaćanje putem uplate na IBAN Edukator d.o.o., Kozjak 20, 10000 Zagreb, broj HR5323600001101659456 (kod Zagrebačka banka d. d. - Zagreb) uz model 00 i poziv na broj OIB uplatitelja Pošiljku po primitku kopije uplate pošaljite na adresu:

(molimo čitko ispisati ime, tvrtku, OIB i punu adresu)

\_\_\_\_\_ (mjesto i datum)

M.P.

\_\_\_\_\_ (potpis naručitelja)

**Narudžbenicu i potvrdu o uplati molimo poslati na: EDUKATOR d.o.o Kozjak 20, Zagreb, OIB: 08978622832, e-mail [horvat@edukator.hr](mailto:horvat@edukator.hr)**