

**Ekonomski fakultet / MENADŽMENT / MENADŽMENT PRODAJE I ODNOSA SA KUPCIMA**

<b>Naziv predmeta:</b>	MENADŽMENT PRODAJE I ODNOSA SA KUPCIMA			
<b>Šifra predmeta</b>	<b>Status predmeta</b>	<b>Semestar</b>	<b>Broj ECTS kredita</b>	<b>Fond časova (P+V+L)</b>
11762	Obavezan	2	7	4+0+0
<b>Studijski programi za koje se organizuje</b>	MENADŽMENT			
<b>Uslovjenost drugim predmetima</b>	Nema uslova za prijavljivanje i slušanje predmeta.			
<b>Ciljevi izučavanja predmeta</b>	Teorijska i praktična znanja u oblasti trgovine i kreiranja dugoročnih odnosa sa partnerima u trgovinskom lancu.			
<b>Ishodi učenja</b>	Nakon što student odsluša predavanja i položi ispit, biće sposoban da objasni osnovne karakteristike trgovinske djelatnosti, njene zadatke i upoređi funkcije u ekonomskom sistemu. Odvojiće ekonomski smisao grosističke i detaljističke faze robnog prometa i upaznaće se sa osnovnim karakteristikama grosističke i detaljističke trgovine. Student će modifikovati model trgovinskog menadžmenta i dizajnirati i integrisati proces planiranja i implementacije marketing i finansijske strategije trgovinskog preduzeća, te posebno kreirati instrumenta marketinga kojim se strategija adaptira na targetirana tržišta.			
<b>Ime i prezime nastavnika i saradnika</b>	Doc. dr Vladimir Đurišić			
<b>Metod nastave i savladanja gradiva</b>	Predavanja, analiza studija slučaja (obrada primjera) i diskusija.			
<b>Plan i program rada</b>				
Pripremne nedelje	Priprema i upis semestra			
I nedjelja, pred.	Opšti pristup trgovini i trgovinskom menadžmentu			
I nedjelja, vježbe				
II nedjelja, pred.	Sistem marketinga i trgovine			
II nedjelja, vježbe				
III nedjelja, pred.	Strukturne promjene i strategijsko upravljanje u trgovini			
III nedjelja, vježbe				
IV nedjelja, pred.	Razvoj strategijskog pristupa u trgovinskom menadžmentu			
IV nedjelja, vježbe				
V nedjelja, pred.	Osnovni tokovi u savremenoj trgovini			
V nedjelja, vježbe				
VI nedjelja, pred.	Koncepti institucionalnih promjena u trgovini			
VI nedjelja, vježbe				
VII nedjelja, pred.	Model strategijskog menadžmenta u trgovini			
VII nedjelja, vježbe				
VIII nedjelja, pred.	Strategija trgovinskog preduzeća			
VIII nedjelja, vježbe				
IX nedjelja, pred.	Strategije internacionalizovane maloprodaje			
IX nedjelja, vježbe				
X nedjelja, pred.	Planiranje i implementacija strategije trgovinskog preduzeća			
X nedjelja, vježbe				
XI nedjelja, pred.	Grosistička trgovina			
XI nedjelja, vježbe				
XII nedjelja, pred.	Trgovina na malo i sistemi maloprodaje			
XII nedjelja, vježbe				
XIII nedjelja, pred.	Produktivnost u sistemu profitabilnosti trgovinskog preduzeća			

XIII nedjelja, vježbe						
XIV nedjelja, pred.	Analiza studija slučaja; Kolokvijum					
XIV nedjelja, vježbe						
XV nedjelja, pred.	Analiza studija slučaja; Popravni kolokvijum					
XV nedjelja, vježbe						
<b>Opterećenje studenta</b>						
<b>Nedjeljno</b>	<b>U toku semestra</b>					
<b>7 kredita x 40/30=9 sati i 20 minuta</b> 4 sat(a) teorijskog predavanja 0 sat(a) praktičnog predavanja 0 vježbi <b>5 sat(a) i 20 minuta</b> samostalnog rada, uključujući i konsultacije	Nastava i završni ispit: <b>9 sati i 20 minuta x 16 =149 sati i 20 minuta</b> Neophodna priprema prije početka semestra (administracija, upis, ovjera): <b>9 sati i 20 minuta x 2 =18 sati i 40 minuta</b> Ukupno opterećenje za predmet: <b>7 x 30=210 sati</b> Dopunski rad za pripremu ispita u popravnom ispitnom roku, uključujući i polaganje popravnog ispita od 0 do 30 sati (preostalo vrijeme od prve dvije stavke do ukupnog opterećenja za predmet) <b>42 sati i 0 minuta</b> Struktura opterećenja: <b>149 sati i 20 minuta (nastava), 18 sati i 40 minuta (priprema), 42 sati i 0 minuta (dopunski rad)</b>					
<b>Obaveze studenta u toku nastave</b>	Studenti su obavezni da prisustvuju nastavi i učestvuju u aktivnostima tokom nastavnog procesa – kolokvijum, analize studija slučaja,diskusije, završni ispit.					
<b>Konsultacije</b>	Prema zvaničnim informacijama					
<b>Literatura</b>	Petković G, Lovreta S. (2021) Trgovinski menadžment, Ekonomski Fakultet Univerziteta u Beogradu Ivanović P, (2007) Principi marketing menadžmenta u trgovini",Ekonomski fakultet – Podgorica;					
<b>Oblici provjere znanja i ocjenjivanje</b>						
<b>Posebne naznake za predmet</b>						
<b>Napomena</b>						
<b>Ocjena:</b>	F	E	D	C	B	A
<b>Broj poena</b>	manje od 50 poena	više ili jednako 50 poena i manje od 60 poena	više ili jednako 60 poena i manje od 70 poena	više ili jednako 70 poena i manje od 80 poena	više ili jednako 80 poena i manje od 90 poena	više ili jednako 90 poena