

Ekonomski fakultet / Ekonomija (model studija 3+2+3) / TRGOVINSKI MENADŽMENT

Uslovljenost drugim predmetima	Nema uslova za prijavljivanje i slušanje predmeta.
Ciljevi izučavanja predmeta	Teorijska i praktična znanja u oblasti trgovine i kreiranja dugoročnih odnosa sa partnerima u trgovinskom lancu.
Ime i prezime nastavnika i saradnika	Doc. dr Vladimir Đurišić
Metod nastave i savladanja gradiva	Predavanja, analiza studija slučaja (obrada primjera) i diskusija.
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 stratejsko upravljanje u trgovini
III nedjelja, vježbe	
IV nedjelja, pred.	Razvoj stratejskog 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 stratejskog 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	
Obaveze studenta u toku nastave	Studenti su obavezni da prisustvuju nastavi i učestvuju u aktivnostima tokom nastavnog procesa - kolokvijum, analize studija slučaja, diskusije, završni ispit.
Konsultacije	Prema zvaničnim informacijama
Opterećenje studenta u casovima	
Literatura	Petković G, Lovreta S. (2021) Trgovinski menadžment, Ekonomski Fakultet Univerziteta u Beogradu Ivanović P, (2007) Principi marketing menadžmenta u trgovini", Ekonomski fakultet - Podgorica;
Oblici provjere znanja i	

ocjenjivanje	
Posebne naznake za predmet	
Napomena	
Ishodi učenja	Nakon što student odsluša predavanja i položi ispit, biće sposoban da protumači osnovne karakteristike trgovinske djelatnosti, njene zadatke i funkcije u ekonomskom sistemu. Razlikovaće ekonomski smisao grosističke i detaljističke faze robnog prometa i upaznaće se sa osnovnim karakteristikama grosističke i detaljističke trgovine. Student će eksperimentisati modelom trgovinskog menadžmenta i razviti opšte kompetencije planiranja i implementacije marketing i finansijske strategije trgovinskog preduzeća, te posebno kreiranja instrumenta marketinga kojim se strategija adaptira na targetirana tržišta.