

Ekonomski fakultet / Menadžment Podgorica (model studija 3+2) / MARKETING U TRGOVINI

Uslovljenost drugim predmetima	Nema uslova za prijavljivanje i slušanje predmeta.
Ciljevi izučavanja predmeta	Teorijska i praktična znanja u oblasti marketinga u trgovini i kreiranja održive konkurentske prednosti.
Ime i prezime nastavnika i saradnika	
Metod nastave i savladanja gradiva	
I nedjelja, pred.	
I nedjelja, vježbe	
II nedjelja, pred.	
II nedjelja, vježbe	
III nedjelja, pred.	
III nedjelja, vježbe	
IV nedjelja, pred.	
IV nedjelja, vježbe	
V nedjelja, pred.	
V nedjelja, vježbe	
VI nedjelja, pred.	
VI nedjelja, vježbe	
VII nedjelja, pred.	
VII nedjelja, vježbe	
VIII nedjelja, pred.	
VIII nedjelja, vježbe	
IX nedjelja, pred.	
IX nedjelja, vježbe	
X nedjelja, pred.	
X nedjelja, vježbe	
XI nedjelja, pred.	
XI nedjelja, vježbe	
XII nedjelja, pred.	
XII nedjelja, vježbe	
XIII nedjelja, pred.	
XIII nedjelja, vježbe	
XIV nedjelja, pred.	
XIV nedjelja, vježbe	
XV nedjelja, pred.	
XV nedjelja, vježbe	
Obaveze studenta u toku nastave	
Konsultacije	
Opterećenje studenta u casovima	
Literatura	
Oblici provjere znanja i ocjenjivanje	

Posebne naznake za predmet	
Napomena	
Ishodi učenja	Nakon što student odsluša predavanja i položi ispit, biće sposoban da razlikuje osnovne strategije marketinga u trgovinske, njene zadatke i funkcije u ekonomskom sistemu. Biće sposoban da procijeni tržišne trendove i izračuna potencijal tržišta. Povezaće 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.